

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP HAK ATAS
INFORMASI MENGENAI JAMINAN MUTU PRODUK MINUMAN
KEMASAN DALAM UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999**

(Pendekatan Kasus pada PT Midi Utama Indonesia Cabang Makassar)



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Hukum (SH) Jurusan Ilmu Hukum
pada Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

MUHAMMAD TAMSIL
NIM: 10500112064

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Tamsil
NIM : 10500112064
Tempat/Tgl. Lahir : Bonto-bonto, 05 April 1993
Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Hukum, Hukum Perdata
Fakultas : Syariah dan Hukum
Alamat : BTN Gardenia Blok E nomor 11, Jalan Racing
Center Makassar
Judul : “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Hak
atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk
Minuman Kemasan Dalam Undang-Undang No. 8
Tahun 1999 (Pendekatan Kasus pada PT Midi
Utama Indonesia Cabang Makassar)”

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 15 Agustus 2016

Penyusun,

MUHAMMAD TAMSIL

NIM: 10500112064



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah swt, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Hak atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 (Pendekatan Kasus pada PT Midi Utama Indonesia Cabang Makassar)”**, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dengan baik dan lancar.

Salawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad saw yang telah membawa umat ke jalan dinul Islam. Nabi Muhammad saw adalah hamba Allah swt yang benar dalam ucapan dan perbuatannya, yang diutus kepada penghuni alam seluruhnya, sebagai pelita dan bulan purnama bagi pencari cahaya penembus kegelapan gulita, atas dasar cinta kepada beliau, sehingga tertanam motivasi yang besar untuk menuntut ilmu.

Sesungguhnya, penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan sebagai wujud partisipasi dalam mengembangkan serta mengaktualisasikan ilmu yang telah diperoleh selama menimba ilmu di jenjang perkuliahan, sehingga dapat bermanfaat bagi diri sendiri, dan juga masyarakat pada umumnya. Terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas ini, baik secara langsung maupun tidak

langsung. Oleh karena itu, perkenankan menyampaikan ungkapan terima kasih, kepada yang terhormat:.

1. Bapak Prof. Dr. Musafir Pababbari, M. Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
2. Bapak Prof. Dr. Darussalam Syamsuddin, M.Ag, selaku Dekan dan para Wakil Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
3. Bapak Prof. Dr. Sabri Samin, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Eman Sulaiman, SH., MH selaku dosen pmbimbing II skripsi ini. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan dan motivasi. Semoga Beliau beserta seluruh keluarga selalu diberi kemudahan dalam menjalani kehidupan oleh Allah swt. Amin ya rabbal ‘Alamin.
4. Ketua Jurusan Ilmu Hukum Istiqamah S.H.,M.H, dan Sekertaris Jurusan Ilmu Hukum Rahman Syamsuddin S.H.,MH, serta Staf Jurusan Ilmu Hukum, yang telah banyak membantu sehingga dapat menyelesaikan semua mata kuliah dan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Jurusan Ilmu Hukum yang telah mendidik dan mengamalkan ilmu-ilmunya, semoga ilmu yang telah mereka sampaikan dapat bermanfaat di dunia dan di akhirat. Amin.
6. Kedua orang tuaku Bapak H. Muhammad Tang dan Ibu Hj. Salwiah serta Kedua saudara saya Harfiani A.Ma.K dan Zulfahmiyal Kharah S.Pd. Terima kasih kepada semua yang telah membimbing, mencintai, memberi

semangat, harapan, arahan dan motivasi serta memberikan dukungan baik secara materiil maupun spiritual sampai terselesaikannya skripsi ini dengan baik

7. Adinda Khairunnisa yang telah banyak membantu selama proses penyelesaian studi serta dukungan motivasi yang tak henti, semoga kesehatan, dan kebahagiaan selalu melekat pada diri adinda.
8. Kawan-kawan Ilmu Hukum, Khususnya Ilmu Hukum 3.4 Angkatan 2012 yang saya sayangi dan saya cintai yang telah membantu selama perkuliahan sampai sekarang ini, yang namanya tak sempat saya sebutkan satu demi satu. Teman-teman mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum angkatan 2012 yang telah membantu dan memberikan semangat.
9. Kakanda dan Adinda Anggota Ikatan Penggiat Peradilan Semu (IPPS) UIN Alauddin Makassar yang telah menjadi kawan dalam mengembangkan keilmuan di bidang hukum acara.
10. Semua pihak yang berpartisipasi dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Sebagai manusia biasa yang takkan pernah luput dari salah dan dosa, oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, mengharap kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, teriring doa kepada Allah swt, semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pembaca dengan izin dan ridha Allah swt, Amin.

Makassar, 15 Agustus 2016

Penyusun,

MUHAMMAD TAMSIL

NIM. 10500112064

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv-vii
DAFTAR ISI.....	viii-ix
ABSTRAK.....	x-xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1-15
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	10
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Kajian Pustaka.....	13
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
 BAB II TINJAUAN TEORETIS.....	 16-40
A. Teori Perlindungan Hukum.....	16
B. Perlindungan Konsumen dalam Peraturan Perundang-Undangan.....	21
C. Konsumen dan Pelaku Usaha.....	24
D. Standar Mutu Produk Minuman Kemasan.....	37
E. Kerangka Konseptual.....	40
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 41-46
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	41
B. Pendekatan Penelitian.....	42
C. Sumber Data.....	43
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Instrumen Penelitian.....	44
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	44
G. Pengujian Keabsahan Data.....	45

BAB IV	REALITAS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP HAK ATAS INFORMASI MENGENAI JAMINAN MUTU PRODUK MINUMAN KEMASAN DI MAKASSAR.....	47-70
A.	Gambaran Umum Tentang Lokasi Penelitian (PT Midi Utama Indonesia Cabang Makassar).....	47
B.	Peran Pemerintah dalam Melindungi Hak Konsumen Untuk Memperoleh Informasi Terkait Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan yang Beredar dan Diperdagangkan di Kota Makassar.....	50
C.	Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Hak atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan yang Beredar dan Diperdagangkan di Kota Makassar.....	58
D.	Pelaksanaan Tanggung jawab Pelaku Usaha Terhadap Hak atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan yang Beredar di Kota Makassar.....	66
BAB V	PENUTUP.....	71-72
A.	Kesimpulan.....	71
B.	Implikasi Penelitian.....	72
	DAFTAR PUSTAKA.....	73
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

ABSTRAK

Nama : Muhammad Tamsil
Nim : 10500112064
Judul : Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Hak atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 (Pendekatan Kasus pada PT Midi Utama Indonesia Cabang Makassar)

Skripsi ini bertujuan untuk 1) Menjelaskan peran Pemerintah dalam melindungi hak konsumen untuk memperoleh informasi terkait jaminan mutu produk minuman kemasan yang beredar di Kota Makassar. 2) Menjelaskan bentuk tanggungjawab pelaku usaha terhadap hak konsumen atas informasi mengenai jaminan mutu produk minuman kemasan yang diperdagangkan. 3) Menjelaskan pelaksanaan tanggungjawab pelaku usaha terhadap hak atas informasi mengenai jaminan mutu produk minuman kemasan yang diperdagangkan di Kota Makassar.

Pembahasan skripsi ini menggunakan pendekatan normatif empiris, adapun sumber data penelitian ini bersumber dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Penelitian ini tergolong kualitatif, dengan menggunakan data berupa wawancara langsung/tanya jawab (dialog) dan dokumen. Data yang diperoleh kemudian dikumpulkan baik secara primer maupun secara sekunder, lalu kemudian tehnik pengolahan dan analisis data yang dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu: menjelaskan, menguraikan dan menggambarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran yang dilakukan pemerintah yakni dengan melakukan tindakan pengawasan dan pembinaan, namun kurang berjalan efektif karena intensitasnya kurang maksimal terutama dari segi pembinaan, dan belum terbentuknya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Makassar. Tanggungjawab pelaku usaha ialah mengutamakan kepuasan pelanggan dengan membekali setiap karyawan keterampilan melayani pelanggan dan juga menyediakan karyawan khusus setiap kali melakukan obral produk tertentu, yang setiap saat dapat memberi informasi tambahan kepada konsumen terkait mutu produk tersebut. Terkait mengenai pemenuhan tanggung jawab tersebut Alfamidi memberikan sepenuhnya kepada konsumen, hendak menyelesaikan lewat BPSK atau negosiasi antara Alfamidi dan konsumen itu sendiri.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada dasarnya Pemerintah dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar telah melakukan beberapa upaya dalam menjamin hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar jelas dan jujur dengan melakukan upaya pembinaan dan pengawasan namun kurang berjalan efektif, sehingga perlu ditingkatkan. Selain itu pelaksanaan tanggungjawab pelaku usaha perlu ditingkatkan lagi agar pelaksanaannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dan yang menjadi titik perhatian adalah belum terbentuknya BPSK untuk periode 2016 yang mengakibatkan belum adanya badan yang berperan dalam menyelesaikan sengketa konsumen. Inilah yang menjadi saran kepada Pemerintah untuk sesegera mungkin membentuk dan melantik formatur dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Makassar, karena hal ini merupakan amanah dari Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perlindungan konsumen merupakan sebuah hal yang mendasar dan melekat pada diri dan kepentingan manusia, sehingga menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat diwujudkan. Perlindungan konsumen diharapkan mampu mewujudkan hubungan berbagai dimensi satu dengan yang lainnya yang mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha dengan pemerintah.

Proses globalisasi ekonomi yang sekarang berlangsung akan memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa melintasi batas wilayah negara.¹ Keluar masuknya barang dan jasa akan mempunyai manfaat bagi konsumen. Konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih barang dan jasa yang dibutuhkan, banyak alternatif untuk memilih barang dan jasa yang dibutuhkan, banyak alternatif untuk memilih barang dan jasa yang ditawarkan. Namun sisi lain timbul dampak negatif, yaitu konsumen akan menjadi sasaran atau objek aktifitas bisnis para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara yang tidak benar.²

Sama halnya di Indonesia, permasalahan yang dihadapi tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu, yaitu menyangkut kesadaran semua pihak, baik itu Pengusaha, Pemerintah maupun Konsumen sendiri

¹Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), h. v

²Husni Syawali dan Neni Sri Irmayanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.v

tentang pentingnya perlindungan konsumen. Apalagi dengan pesatnya pembangunan dan perkembangan perekonomian nasional, telah menghasilkan variasi produk barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi dan dimanfaatkan oleh konsumen.³ Kemajuan dibidang ilmu pengetahuan, teknologi dan telekomunikasi dan informatika juga turut mendukung perluasan ruang gerak transaksi barang dan/atau jasa.⁴

Kondisi demikian, pada satu pihak sangat bermanfaat bagi kepentingan konsumen karena kebutuhan akan barang dan /atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan kemampuannya. Dilain pihak, kondisi dan fenomena ini dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Konsumen dapat menjadi objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha, melalui kiat iklan, promosi, cara penjualan, dan penerapan perjanjian-perjanjian standar yang merugikan konsumen.⁵ Hal ini disebabkan karena kurangnya pendidikan konsumen dan rendahnya kesadaran akan hak-hak dan kewajibannya.

Al-Quran telah menjelaskan tentang pentingnya konsumen memperhatikan dengan teliti kebenaran suatu informasi tentang suatu berita yang terkandung dalam suatu produk agar tidak mengakibatkan kerugian, hal ini dijelaskan dalam QS al-Hujurat/49: 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبْحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ^٦

³Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers,2004), h.37

⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.37

⁵Husni Syawali dan Neni Sri Imayanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.V

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”⁶

Ayat ini berpesan bahwa: Hai orang-orang beriman, jika datang kepada kamu seorang fasik membawa suatu berita yang penting, maka bersungguh-sungguhlah mencari kejelasan yakni telitilah kebenaran informasinya dengan menggunakan berbagai cara agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa pengetahuan tentang keadaan yang sebenarnya dan yang pada gilirannya dan dengan segera menyebabkan kamu atas perbuatan kamu itu beberapa saat saja setelah terungkap hal yang sebenarnya menjadi orang-orang yang menyesal atas tindakan kamu yang keliru.⁷

Semakin terbukanya pasar sebagai akibat dari proses mekanisme pasar yang berkembang tidak dapat dielakkan. Perkembangan dunia perdagangan yang mengarah pada perdagangan bebas tersebut menyebabkan arus barang dan atau jasa yang dipasarkan pada konsumen menjadi marak. Realisasi tersebut disatu sisi tentu mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbukanya kebebasan untuk memilih beraneka macam jenis dan kualitas barang dan jasa.⁸

Salah satu produk yang dimanfaatkan konsumen adalah produk pangan. Undang-undang tentang pangan menyebutkan menyebutkan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang bersal dari sumber hayati dan air. Baik yang diolah maupun

⁶Al Quran dan Terjemahannya, Kementerian Agama Republik Indonesia, (Kudus: Menara Kudus, 2009)

⁷M Qurays Shihab, *Tafsir Al Misbah Volume 7*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h.236

⁸AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), h.3

tidak, yang diperuntukkan sebagai konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan atau pembuatan makanan dan minuman. Produk pangan tersebut bagi setiap manusia merupakan kebutuhan pokok, sehingga siapapun tentu dihadapkan pada keadaan untuk menentukan atau memilih produk pangan dipasaran.

Penyediaan produk pangan yang aman, bergizi dan cukup merupakan strategi yang penting untuk mencapai sasaran dalam bidang kesehatan. Mutu dan keamanan produk pangan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap produktifitas ekonomi tetapi juga perkembangan sosial baik individu, masyarakat maupun negara.

Salah satu jenis hasil produksi produk pangan yang nantinya akan dikonsumsi oleh konsumen adalah produk minuman kemasan dengan berbagai jenis dan varian rasa yang banyak dijual dipasaran yang memiliki tipe kemunduran daya simpan atau kadaluarsa yang sifatnya tetap atau konstan dimana produk minuman kemasan tersebut akan mengalami kemunduran daya simpan seiring dengan lamanya penyimpanan. Derasnya peredaran produk-produk pangan akibat terbukanya pasar melahirkan iklim persaingan yang ketat dan membuka peluang terjadinya penyalahgunaan kedaan yang dilakukan pihak pelaku usaha untuk mengeruk keuntungan sesaat.⁹ Tidak jarang dalam transaksi ekonomi yang terjadi terdapat permasalahan-permasalahan yang menyangkut persoalan sengketa dan ketidakpastian konsumen akibat produk yang dikonsumsi tidak memenuhi kualitas standar bahkan tidak jarang produk minuman kemasan tersebut juga membahayakan bagi konsumen. Akibatnya masyarakat sebagai konsumen sangat dirugikan bahkan dapat mengancam kesehatan dalam jangka panjang, karena itu

⁹Tato Tahir, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2004), h.38

adanya jaminan kepastian atas mutu dan kemasan produk minuman kemasan yang diperolehnya menjadi sangat penting.¹⁰

Pelaku usaha menjadi pihak yang dipandang sebagai pihak yang mengetahui bahan dasar, pengolahan, pengemasan, serta pendistribusian produk minuman kemasan yang dijual pada konsumen. Hal ini memberikan konsekuensi bagi pelaku usaha untuk dapat memastikan bahwa kualitas produknya aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas dengan memberikan informasi kepada konsumen secara jelas, benar dan jujur.

Hal ini telah ditegaskan dalam QS al-Ahzab/33: 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۖ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar”¹¹

Menurut Quraish Shihab bahwa kata sadid bukan hanya berarti benar, lebih jauh dari itu, kata ini dalam berbagai bentuknya pada akhirnya bermakna kepada makna menghalangi atau membendung (dalam arti yang tidak sesuai, sehingga menghasilkan suatu yang berguna). Atas dasar ini sehingga para ulama menekankan bahwa semua ucapan apapun bentuk dan kandungannya disamping harus sesuai dengan kenyataan, juga harus menjamin kebenarannya untuk tidak terjerumus kedalam kesulitan bahkan membuahkan manfaat.¹²

¹⁰ Tato Tahir, *Hukum Perlindungan Konsume*, h.38

¹¹ Al Quran dan Terjemahannya, Kementerian Agama Republik Indonesia, (Kudus: Menara Kudus, 2009)

¹²Quraish Shihab, *Lentera Hati:Kisah dan Hikmah Kehidupan* (Bandung: Mizan,1994), h.314

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 juga menjelaskan tentang hak warga negara untuk memperoleh informasi. Hal ini terdapat dalam pasal 28 F yang menyatakan :

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”¹³

Juga dalam pasal 28I ayat (2) berisi tentang hak warga negara yang berkaitan dengan hak warga negara untuk bebas dari perlakuan diskriminatif, yaitu:¹⁴

“Setiap orang berhak bebas dari perlakuan yang bersifat diskriminatif atas dasar apapun dan berhak mendapatkan perlindungan terhadap perlakuan yang bersifat diskriminatif”

Upaya perlindungan dan pemberdayaan terhadap konsumen diwujudkan dengan lahirnya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam undang-undang ini dinyatakan bahwa upaya pemberdayaan konsumen merupakan tanggung jawab pemerintah dan masyarakat yang diselenggarakan berdasarkan asas-asas yang relevan dengan asas-asas pembangunan nasional. Dengan demikian, diharapkan masyarakat konsumen yang dirugikan akan merasa terlindungi. Undang-undang ini menjelaskan dengan tegas tentang hak konsumen untuk menerima informasi secara benar, jelas dan jujur. Hal ini terdapat dalam pasal 4 huruf c yang menyatakan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.¹⁵

¹³Republik Indonesia.1945. *Undang-Undang Dasar1945*.

¹⁴ Republik Indonesia.1945. *Undang-Undang Dasar1945*.

¹⁵ Republik Indonesia. 1999. “*Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*”

Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan mampu memberikan kepastian hukum dalam hal perlindungan kepada konsumen. Hal ini ini secara tegas dijelaskan dalam pasal 1 ayat 1 UUPK yang menyatakan bahwa:

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastia hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”¹⁶

Konsumen sebagai pamakai akhir yang berhak atas keamanan dan kenyamanan dari produk minuman kemasan yang dikonsumsi dengan mendapatkan informasi yang benar dan jelas justru berada di posisi yang lemah karena menjadi pihak yang dijadikan objek bagi pelaku usaha untuk meraup keuntungan yang sebesar besarnya.

Kombinasi kemajuan metode komunikasi massa dan teknik pemasaran yang semakin rumit mengakibatkan konsumen menjadi lebih bertanggung jawab atas klaim yang menyesatkan, yang mungkin dibuat oleh pelaku usaha. Berkembangnya berbagai teknik pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang bergerak dibidang ritel pangan sering kali sulit untuk dapat dijangkau dan menjadi bahan evaluasi kritis bagi konsumen dalam menentukan sikap dan pilihannya atas produk minuman kemasan yang ditawarkan demi menghindari kerugian bagi konsumen itu sendiri.

Pasal 49 sampai 58 UUPK mengamanahkan pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Daerah Tingkat II, oleh karena itu Pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI telah mengeluarkan Keputusan No.350/MPP/Kep/12/2000 tentang Badan Penyelesain Sengketa Konsumen yang selanjutnya disingkat BPSK. Keberadaan BPSK diharapkn dapat memberi rasa aman dan nyaman kepada masyarakat, karena tidak perlu khawatir bilamana terjadi

¹⁶ Republik Indonesia. 1999. “Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”

kerugian atau ketidakpuasan konsumen terutama dalam hal penyelesaian sengketa konsumen.

Praktik pemasaran produk minuman kemasan yang dilakukan pelaku usaha banyak ditemukan pelaku usaha yang sengaja memanipulasi informasi atau memberikan informasi secara tidak lengkap sehingga membahayakan dan merugikan konsumen.¹⁷

Ketentuan mengenai kelayakan produk harus terpenuhi atau dimiliki oleh suatu barang dan atau jasa sebelum diperdagangkan untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas.¹⁸ Layak atau tidaknya produk tersebut kadang-kadang sudah ada yang menjadi “pengetahuan umum”, namun sedikit banyaknya masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Untuk itu informasi menjadi suatu hal yang penting bagi konsumen. Informasi yang demikian tidak hanya datang dari pelaku usaha semata, melainkan juga dari berbagai sumber lain yang dapat dipercaya, serta dipertanggungjawabkan sehingga pada akhirnya konsumen tidak dirugikan, dengan membeli produk minuman kemasan yang sebenarnya tidak layak untuk diperdagangkan.

Praktik yang dilakukan oleh pelaku usaha mulai dari pedagang eceran yang bergerak dibidang ritel pangan, kemudian menjual produk minuman kemasan dengan tipe kemunduran daya simpan yang konstan atau tetap seiring lama penyimpanan

¹⁷ Cliff Joshua M, *Hak Informasi Konsumen atas Mutu Produk Minuman yang Hampir Kadaluwarsa* (Makassar:Fakutas Hukum Unhas,2012) h.8

¹⁸Gunawan widjaya dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar grafika, 2013) h.39

yang mendekati tanggal kadaluarsanya dengan harga promosi yang tentunya lebih rendah dari harga standar barang yang sama yang diperdagangkan ditempat lain.¹⁹

Sering kali masih ditemukan pelaku usaha ritel pangan yang sengaja menjual kembali produk-produk minuman kemasan yang sudah hampir kadaluwarsa dengan harga murah menjelang hari-hari perayaan tertentu dimana konsumen membutuhkan pangan untuk perayaan. Masih beredarnya produk yang mendekati waktu kadaluwarsa menunjukkan bahwa produk tersebut kurang diminati oleh konsumen atau terjadi over suplay sehingga terjadi penumpukan sisa produk.

Dari uraian tersebut terlihat bahwa tidak ada jaminan pasti tentang kelayakan mutu suatu produk minuman kemasan dalam masa daluwarsanya. Tetap masih akan terbuka kemungkinan bahwa produk minuman kemasan yang nantinya akan dikonsumsi oleh konsumen bisa saja rusak sebelum mencapai tanggal kadaluwarsanya.

Upaya pelaku usaha dalam memasarkan produk minuman kemasan yang hampir kadaluwarsa juga beragam, mulai dari penambahan katalog-katalog produk minuman kemasan yang bertuliskan murah, obral, banting harga dan semacamnya (pengamatan pada tanggal 28 juni 2016 di Toko Alfamidi Racing Center). Implikasi ini kemudian kemudian menggiring konsumen akan ketidakmengertian dan kehati-hatiannya untuk segera mendapatkan produk yang diambang batas daluwarsa yang berpotensi berbahaya terhadap keamanan, keselamatan, serta kesehatan konsumen. Dal hal ini hak konsumen atas informasi mutu produk minuman menjadi sangat penting untuk diperhatikan.

¹⁹ Cliff Joshua M, *Hak Informasi Konsumen atas Mutu Produk Minuman yang Hampir Kadaluwarsa*, h.7

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka dilakukan suatu kajian dalam bentuk penelitian tentang bagaimana aspek hukum yang kemudian muncul dari praktek pelaku usaha yang menawarkan produk minuman kemasan, didalam kaitannya akan perlindungan hak konsumen atas informasi produk yang mengakibatkan kerugian pada pihak konsumen karena permasalahan kelayakan mutu produk pangan tersebut.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Skripsi ini berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Hak atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan Dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Di Makassar (Pendekatan Kasus Pada PT Midi Utama Indonesia Cabang Makassar)”. Untuk memberikan arah yang tepat terhadap masalah yang dibahas, maka akan diuraikan pengertian kata-kata yang berkaitan dengan judul skripsi ini sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum konsumen

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum kedalam bentuk perangkat baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat refresif, baik yang lisan maupun yang tertulis.²⁰ Sedangkan perlindungan konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 angka Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa Perlindungan hukum konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.²¹ Maka dapat diuraikan bahwa perlindungan hukum konsumen adalah segala

²⁰<http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> diakses pada tanggal 30 Mei 2016

²¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*. h.4

upaya yang diberikan kepada subyek hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat refresif guna menjamin adanya kepastian hukum dalam hal perlindungan kepada konsumen.

2. Hak Informasi Konsumen

Hak adalah kekuasaan yang diberikan oleh hukum kepada subjek hukum agar orang lain bersikap dengan cara tertentu dan memberikan kebebasan untuk melakukan sesuatu menurut hukum.²² Sedangkan informasi merupakan hasil pengolahan dari sebuah model, formasi, organisasi, ataupun suatu perubahan bentuk dari data yang memiliki nilai tertentu, dan bisa digunakan untuk menambah pengetahuan bagi yang menerimanya.²³ Dalam hal ini, data bisa dianggap sebagai obyek dan informasi adalah suatu subyek yang bermanfaat bagi penerimanya. Informasi juga bisa disebut sebagai hasil pengolahan ataupun pemrosesan data. Hak Informasi Konsumen merupakan kekuasaan yang dimiliki oleh pemakai barang atau jasa untuk mendapatkan data yang benar terkait produk yang digunakan. Dalam hal ini pemenuhan hak informasi konsumen, ada tiga hal yang menjadi poin penting yaitu hak untuk mendapat informasi yang benar, jelas dan jujur.

3. Mutu Produk Minuman Kemasan

Mutu adalah keseluruhan ciri atau karakteristik barang atau jasa dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki,

²²M. Marwan dkk, *Kamus Hukum Dictionary of Law Complete Edition* (Surabaya: Reality Publisher, 2009) h.230

²³<http://kuliah.dinus.ac.id/edi-nur/sb1-7.html> diakses pada pukul 09.00 WITA 30 Mei 2016

atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, dan minuman kemasan adalah sejenis zat yang berbentuk cair yang disimpan dalam sebuah kemasan, baik itu kemasan dalam bentuk botol, kaleng, gelas atau kaca. Sehingga dapat diuraikan bahwa mutu produk minuman kemasan adalah ciri atau kualitas produk minuman yang dikemas dalam bentuk tertentu untuk dipakai, dimiliki, atau untuk dikonsumsi.

Ketiga deskripsi fokus tersebut apabila di gambarkan dalam bentuk tabel maka akan tergambar sebagai berikut:

No.	Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus
1	Perlindungan Hukum Konsumen	segala upaya yang diberikan kepada subyek hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat refresif guna menjamin adanya kepastian hukum dalam hal perlindungan kepada konsumen
2	Hak Informasi Konsumen	kekuasaan yang dimiliki oleh pemakai barang atau jasa untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait produk yang digunakan
3	Mutu Produk Minuman Kemasan	ciri atau kualitas produk minuman yang dikemas dalam bentuk tertentu

		untuk dipakai, dimiliki, atau untuk dikonsumsi.
--	--	--

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah peran Pemerintah dalam melindungi hak konsumen untuk memperoleh informasi terkait jaminan mutu produk minuman kemasan yang beredar dan diperdagangkan di Kota Makassar?
2. Bagaimanakah tanggungjawab pelaku usaha terhadap hak atas informasi mengenai jaminan mutu produk minuman kemasan yang beredar dan diperdagangkan di Kota Makassar?
3. Bagaimanakah pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha terhadap hak atas informasi mengenai jaminan mutu produk minuman kemasan yang beredar dan diperdagangkan di Kota Makassar?

D. Kajian Pustaka /Penelitian Terdahulu

Penyusunan skripsi menggunakan berbagai dukungan teori dari berbagai sumber atau rujukan yang mempunyai relevansi dengan rencana penelitian. Adapun kajian terhadap karya-karya ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan ini adalah sebagai berikut:

1. Ahmadi Miru dalam bukunya Hukum Perlindungan Konsumen yang disusun bersama dengan Sutarman Yodo menyatakan bahwa rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut

Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) sudah cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum” diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan kesewenang-wenangan.²⁴ Buku ini menjelaskan mengenai Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen namun belum menjelaskan tentang bentuk tanggung jawab Pelaku Usaha dalam hal pemberian informasi mutu produk minuman kemasan saat dipasarkan.

2. Husni Syawali dan Neni Sri Imayanti dalam buku yang disuntingnya ya berjudul *Hukum Perlindungan Konsumen*, buku ini berisi kumpulan makalah-makalah pembicara maupun pembeding pada seminar nasional yang diselenggarakan oleh fakultas Hukum Unisba dengan *Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Sistem Hukum Nasional Menghadapi Era Perdagangan Bebas*. Dalam buku terdapat berbagai penulis makalah diantaranya, Erman Rajagukguk dengan makalahnya yang berjudul *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Era Perdagangan Bebas* Sri Redjeki Hartono dengan makalahnya yang berjudul *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas*. Namun dalam buku ini belum menjelaskab bentuk-bentuk tindak pidana yang dilakukan oleh pelaku usaha terkait mengenai pelanggaran terhadap hak informasi konsumen terhadap mutu produk minuman kemasan.
3. Celinna Tri Siwi Kristiyanti dengan bukunya yang berjudul *Hukum Perlindungan Konsumen*. Dalam buku ini dijelaskan mengenai faktor-faktor penyebab permasalahan konsumen yang terjadi di Indonesia, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Namun dalam buku ini belum menjelaskan

²⁴Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.1

tentang efek yang ditimbulkan akibat dari kelalaian pelaku usaha apabila mengesampingkan publikasi secara jelas mengenai mutu produk yang mereka perdagangkan.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui peran Pemerintah dalam melindungi hak konsumen untuk memperoleh informasi terkait jaminan mutu produk minuman kemasan yang beredar di Kota Makassar
- b. Untuk mengetahui bentuk tanggungjawab Pelaku Usaha terhadap hak konsumen atas informasi mengenai jaminan mutu produk minuman kemasan yang diperdagangkan
- c. Untuk mengetahui pelaksanaan tanggungjawab Pelaku Usaha terhadap hak atas informasi mengenai jaminan mutu produk minuman kemasan yang diperdagangkan di Kota Makassar

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum dalam bidang hukum perdata, khususnya mengenai perlindungan konsumen selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan terhadap masyarakat dalam hal ini konsumen, agar dapat lebih sadar dan mengerti dalam dunia perdagangan yang semakin kompleks.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Teori Perlindungan Hukum

Kehadiran hukum dalam masyarakat adalah untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan yang dapat bertentangan satu sama lain. Berkaitan dengan itu, hukum harus mampu mengintegrasikannya sehingga benturan-benturan kepentingan itu dapat ditekan sekecil-kecilnya. Dimana perlindungan terhadap kepentingan-kepentingan tertentu, dalam suatu lalu lintas kepentingan, hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi kepentingan pihak lain.

Awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini, bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam, bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.

Dalam perspektif Thomas Aquinas, bahwa hukum alam adalah ketentuan akal yang bersumber dari Tuhan yang bertujuan untuk kebaikan dan dibuat oleh orang yang mengurus masyarakat untuk disebarluaskan. Eksistensi dan konsep hukum alam selama ini, masih banyak dipertentangkan dan ditolak oleh sebagian besar filosof hukum, tetapi dalam kenyataan justru tulisan-tulisan pakar yang menolak itu, banyak menggunakan faham hukum alam yang kemungkinan tidak disadarinya.

Salah satu alasan yang mendasari penolakan sejumlah filosof hukum terhadap hukum alam, karena masih menganggap pencarian terhadap sesuatu yang absolut dari hukum alam, hanya merupakan suatu yang sia-sia dan tidak bermanfaat.¹

Terjadi perbedaan pandangan para filosof tentang eksistensi hukum alam, tetapi pada aspek yang lain juga menimbulkan sejumlah harapan bahwa pencarian pada yang yang “absolut” merupakan kerinduan manusia akan hakikat keadilan. Hukum alam sebagai kaidah yang bersifat “universal abadi, dan berlaku mutlak”, ternyata dalam kehidupan modern sekalipun tetap akan eksis yang terbukti dengan semakin banyaknya orang membicarakan masalah hak asasi manusia (HAM).²

Selanjutnya Thomas Aquinas menyatakan, hukum alam adalah cerminan dari undang-undang abadi (*lex natural*). Jauh sebelumnya lahirnya aliran sejarah hukum, ternyata aliran hukum alam tidak hanya disajikan sebagai ilmu pengetahuan, tetapi juga diterima sebagai prinsip-prinsip dasar dalam perundang-undangan. Keseriusan umat manusia akan kerinduan terhadap keadilan, merupakan hal yang esensi yang berharap adanya suatu hukum yang lebih tinggi dari hukum positif. Hukum alam telah menunjukkan, bahwa sesungguhnya hakikat kebenaran dan keadilan merupakan suatu konsep yang mencakup banyak teori. Berbagai anggapan dan pendapat para filosof hukum bermunculan dari masa ke masa. Pada abad ketujuhbelas, substansi hukum alam telah menempatkan suatu asa yang bersifat universal yang bisa disebut HAM.³

¹ Marwan Mas, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2004), h.116

² Marwan Mas, *Pengantar Ilmu Hukum*, h.116

³ Marwan Mas, *Pengantar Ilmu Hukum*, h.116

Pemikiran yang lebih eksplisit tentang hukum sebagai pelindung hak-hak asasi dan kebebasan warganya, dikemukakan oleh Immanuel Kant. Bagi Kant, manusia merupakan makhluk berakal dan berkehendak bebas. Negara bertugas menegakkan hak-hak dan kebebasan warganya. Kemakmuran dan kebahagiaan rakyat merupakan tujuan negara dan hukum. Oleh karena itu, hak-hak dasar itu, tidak boleh dihalangi oleh negara.⁴

Sementara Fitzgerald menjelaskan teori perlindungan hukum salmond, hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan dilain pihak.⁵ Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.⁶

Perlindungan hukum memiliki tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan anatara perseorangan dengan Pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan msyarakat.

Satjipto Rahardjo berpendapat perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap HAM yang dirugikan orang lain da perlindungan itu

⁴ Bernard L. Tanya, dkk., *Teori Hukum: Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, (Surabaya : CV. Kita , 2007:, h.87

⁵ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2000), h.53

⁶ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, h.53

diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁷

Sementara, Lili Rasjidi dan I.B Wyasa Putra menyatakan hukum dapat difungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekadar adaptif dan fleksibel, melainkan juga prediktif dan antisipatif.⁸ Pendapat sunaryati Hartono mengatakan bahwa hukum dibutuhkan untuk kaum yang lemah dan belum kuat secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan sosial.⁹ Patut dicatat bahwa upaya untuk mendapatkan perlindungan hukum tentunya yang diinginkan manusia adalah ketertiban dan keteraturan antara nilai dasar dari hukum yakni adanya kepastian hukum, kegunaan serta keadilan hukum, meskipun pada umumnya dalam praktik, ketiga nilai dasar tersebut bersitegang, namun haruslah diusahakan untuk ketiga nilai dasar tersebut bersamaan.¹⁰

Fungsi primer hukum, yakni melindungi rakyat dari bahaya dan tindakan yang dapat merugikan dan menderitakan hidupnya dari orang lain, masyarakat maupun penguasa. Disamping itu, hukum berfungsi pula untuk memberikan bagi keadilan serta menjadi sarana untuk mewujudkan keseimbangan bagi seluruh rakyat. Perlindungan hukum yaitu pendukung hak dan kewajiban, tidak terkecuali kaum wanita.¹¹

⁷ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, h 54

⁸ Lili Rasjidi dan I.B Wyasa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993), h. 118

⁹ Sunaryati Hartono, *Politik Hukum Satu Sistem Hukum Nasional*, (Bandung : Alumni, 1991), h. 55

¹⁰ Maria Alfons, *Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis atas Produk Produk Masyarakat Lokal dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual, Ringkasan Disertasi Doktor*, (Malang : Universitas Brawijaya, 2010), h.10

¹¹ Supanto, *Perlindungan Hukum Wanita*, <http://supanto.staff.hukum.uns.ac.ad/>, diakses pada tanggal 2 januari 2013

Menurut pendapat Lili Rasjidi dan B. Arief Sidharta tentang fungsi hukum adalah untuk memberi perlindungan, bahwa hukum itu ditumbuhkan dan dibutuhkan manusia justru berdasarkan produk penilaian manusia untuk menciptakan kondisi yang melindungi dan memajukan martabat manusia serta untuk memungkinkan manusia menjalani kehidupan yang wajar sesuai dengan martabatnya.¹²

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan sengala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.

Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif.¹³ Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi, dan perlindungan yang represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penanganan di lembaga peradilan.¹⁴

Perlindungan hukum memperoleh landasan idiil (filosofis) pada sila kelima Pancasila, yaitu : keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Didalamnya terkandung suatu 'Hak' seluruh rakyat Indonesia untuk diperlakukan sama didepan

¹²Lili Rasjidi dan B Arief Sidharta, *Filsafat Hukum Madzab dan refleksi*, (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 1994), h. 64

¹³Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya : PT. Bina Ilmu, 1987), h. 2

¹⁴Maria Alfons, "implementasi perlindungan Indikasi Geografis atas Produk Produk Masyarakat Lokal dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual", Ringkasan Disertasi Doktor), h. 18

hukum. Hak adalah suatu kekuatan hukum, yakni hukum dalam pengertian subjektif yang meupakan kekuatan kehendak yang diberikan oleh tatanan hukum. Oleh karena hak dilindungi oleh tatanan hukum, maka pemilik hak memiliki kekuatan untuk mempertahankan haknya dari gangguan/ancaman dari pihak manapun juga.

B. Perlindungan Konsumen dalam Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa kesemua undang-undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh undang-undang. Oleh karena itu, tidak dapat lain haruslah dipelajari juga peraturan peraturan perundang-undangan tentang konsumen dan/atau perlindungan konsumen ini dalam kaidah-kaidah hukum peraturan perundang-undangan umum yang mungkin atau dapat mengatur dan/atau melindungi hubungan dan/atau masalah konsumen dengan penyedia barang atau jasa. Sebagai akibat dari penggunaan peraturan perundang-undangan umum ini, dengan sendirinya berlaku pulalah asas-asas hukum yang terkandung didalamnya pada berbagai pengaturan dan/atau perlindungan konsumen tersebut. Padahal, nanti akan nyata, diantara asas hukum tersebut tidak cocok untuk memenuhi fungsi pengaturan dan/atau perlindungan pada konsumen, tanpa sedikit-tidaknya dilengkapi/diadakan pembatasan berlakunya asas-asas hukum tertentu itu. Pembatasan dimaksudkan dnegan tujuan menyeimbangkan kedudukan diantara para pihak pelaku usaha dan/atau konsumen bersangkutan.¹⁵

Peraturan perundang-undangan umum adalah semua peraturan perundangan tertulis yang diterbitkan oleh badan-badan yang berwenang untuk itu, baik dipusat

¹⁵Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), h.30

maupun di daerah –daerah. Peraturan perundang-undangan itu antara lain adalah (di Pusat) Undang-Undang Dasar 1945, Undang-undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang, Peraturan Presiden, dan seterusnya, dan (di daerah-daerah) Peraturan Daerah (Peraturan Daerah Provinsi atau Kabupaten/Kota serta peraturan Desa dan sebagainya). Disamping Undang-undang Perlindungan Konsumen, hukum konsumen ditemukan didalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku, antara lain sebagai berikut:

1. Hukum Konsumen dalam Hukum Perdata

Hukum perdata dimaksudkan hukum perdata dalam arti luas, termasuk hukum dagang serta kaidah-kaidah keperdataan yang termuat dalam berbagai peraturan perundang-undangan lainnya. Kesemuanya itu baik hukum perdata tertulis maupun hukum perdata tidak tertulis (hukum adat)

Kaidah-kaidah hukum perdata umumnya termuat dalam kitab Undang-undang Hukum perdata (KUH Perdata). Disamping itu, tentu saja kaidah-kaidah hukum perdata adat, yang tidak tertulis tetapi ditunjuk oleh pengadilan dalam perkara-perkara tertentu. Jika dikaji dan telaah secara cermat, terlihat bahwa kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah hukum antara pelaku usaha penyedia barang dan/atau penyelenggara jasa dengan konsumennya masing-masing terlihat termuat dalam:

- a. KUH Perdata, terutama buku kedua, ketiga, dan keempat
- b. KUHD, buku kesatu dan buku kedua
- c. Berbagai peraturan perundang-undangan lainnya yang memuat kaidah-kaidah hukum bersifat perdata tentang subjek-subjek hukum, hubungan hukum dan

masalah antara penyedia barang atau penyelenggara jasa tertentu dan konsumen.¹⁶

2. Hukum Konsumen dalam Hukum Publik

Segala kaidah hukum maupun asas-asas hukum ke semua cabang-cabang hukum publik itu sepanjang berkaitan dengan hubungan hukum konsumen dan/atau masalahnya dengan penyedia barang atau penyelenggara jasa, dapat pula diberlakukan.¹⁷ Dalam kaitan ini antara lain ketentuan perizinan usaha, ketentuan-ketentuan pidana tertentu, ketentuan-ketentuan hukum acara dan berbagai konvensi dan/atau ketentuan hukum perdata internasional.

Diantara kesemua hukum publik tersebut, tampaknya hukum administrasi negara, selanjutnya disebut hukum administrasi, hukum pidana, hukum internasional khususnya hukum perdata internasional dan hukum acara perdata seraty hukum acara pidana paling banyak pengaruhnya didalam pembentukan hukum konsumen.

Salah satu contoh yang dapat dilihat yakni pada ketentuan hukum adminstrasi negara, misalnya menentukan bahwa pemerintah melakukan pengaturan dan pembinaan rumah susun dan pengawasan terhadap pelaksanaan Undnag-Undang (termuat dalam pasal 4 ayat (1) dan pasal 20 ayat (1) Undang-Undnag tentang Rumah Susun, Undang-undang Nomor 16 Tahun 1985 LN Tahun 1985 No. 75

Dari peraturan perundang-undangan diatas terlihat beberapa departemen dan atau lemabaga pemerintah tertentu menjalankan tindakan adminstrasi berupa pengawasan dan pembinaan terhadap pelaku usaha dengan perilaku tertentu dalam

¹⁶ Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen* ,h.53

¹⁷ Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h.59

melaksanakan perundang-undangan tersebut. Misalnya tindakan administratif terhadap tenaga kesehatan dan/atau sarana kesehatan yang melanggar Undang-Undang (pasal 77 UU No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan)

Pasal 77 menyatakan:

“pemerintah berwenang mengambil tindakan administratif terhadap tenaga kesehatan dan/atau sarana kesehatan yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan ini”¹⁸

C. Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Konsumen

a. Hak Konsumen

Pembangunan dan perkembangan perekonomian dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Ditambah dengan globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan / atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun dalam negeri. Kondisi ini dapat menyebabkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen.¹⁹

Sebagai pemakai barang atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen dan mandiri. Tujuannya, jika ditengarai adanya tindakan

¹⁸http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_23_92.htm diakses pada pukul 13.21 WITA 30 Mei 2016

¹⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), h. 37

yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memperoleh hak haknya. Dengan kata lain ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka perlu juga diketengahkan apa yang menjadi hak konsumen sebagai pengguna tingkat akhir sebuah produk. Dalam pasal 4 Undang – undang perlindungan konsumen telah dijelaskan mengenai hak – hak konsumen sebagai berikut:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa.
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan .
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat keluhannya atas barang/jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian, jika barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²⁰

Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam pasal 4 UUPK lebih luas daripada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J. F. Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu terdiri atas:

- 1) Hak memperoleh keamanan:
- 2) Hak memilih:
- 3) Hak mendapat informasi
- 4) Hak untuk didengar²¹

Disamping itu, masyarakat Eropa (*Europese Economische Gemeenschap* atau *EEG*) juga telah menyepakati lima hak dasar konsumen sebagai berikut:

- 1) Hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*recht op bescherming van zijn gezondheid en veiligheid*)
- 2) Hak perlindungan kepentingan ekonomi (hak perlindungan kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zijn economische belangen*))
- 3) Hak mendapat ganti rugi (*recht op schadevergoeding*)
- 4) Hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*)
- 5) Hak untuk didengar (*recht om te worden gehoord*)²²

²⁰ Ahmadi Miru dan Sutarnan Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 38

²¹ Ahmadi Miru dan Sutarnan Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 38

²² Ahmadi Miru dan Sutarnan Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 39

b. Kewajiban Konsumen

Selain hak yang konsumen yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya, juga terdapat kewajiban konsumen. Hal ini dijelaskan dalam pasal 5 UUPK yaitu sebagai berikut:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.²³

Kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan hal penting mendapat pengaturan.

Pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya. Dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konskuensi pelaku usaha tidak bertanggungjawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

Masalah pemenuhan kewajiban konsumen dapat terlihat jika peringatan yang disampaikan pelaku usaha tidak jelas atau tidak mengundang perhatian konsumen untuk membacanya. Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan / jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena konsumen, kemungkinan untuk dapat untuk dapat merugikan produsen mulai pada

²³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 47

saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha)²⁴

c. Hak Konsumen untuk memperoleh informasi

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan diberai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

Jika dikaitkan dengan hak konsumen atas keamanan, maka setiap produk yang mengandung resiko terhadap keamanan konsumen, wajib disertai informasi berupa petunjuk pemakaian yang jelas.²⁵ Sebagai contoh, iklan yang secara ideal diartikan sebagai sarana pemberi informasi kepada konsumen, seharusnya terbebas dari manipulasi data. Jika iklan memiliki informasi yang tidak benar maka perbuatan itu memenuhi kriteria kejahatan yang lazim disebut *fraudulent misrepresentation*. Bentuk kejahatan ini ditandai oleh:

- 1) Pemakaian pernyataan yang jelas-jelas salah (*false statment*), seperti menyebutkan diri terbaik tanpa indikator yang jelas.
- 2) Pernyataan yang menyesatkan (*mislead*), menyebutkan adanya khasiat tertentu padahal tidak

²⁴Kewajiban pelaku usaha beritikad baik, sepenuhnya diuraikan dalam telaah terhadap ketentuan pasal 7 UUPK.

²⁵Celina Tri Siwi, Hukum Perlindungan Konsumen, h.34

Menurut Troelstrup, konsumen pada saat ini membutuhkan banyak informasi yang lebih relevan dibandingkan dengan saat sekitar 50 tahun lalu. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa alasan, yaitu:

- 1) Alasannya, saat ini terdapat lebih banyak produk, merek, dan tentu saja penjualnya.
- 2) Daya beli konsumen makin meningkat
- 3) Lebih banyak variasi merek yang beredar dipasaran, sehingga belum banyak diketahui semua orang
- 4) Model model produk lebih cepat berubah
- 5) Kemudahan transportasi dan komunikasi sehingga membuka akses yang lebih besar kepada bermacam-macam produsen atau penjual²⁶

Hak untuk mendapatkan informasi menurut Hans W. Micklitz, seorang ahli hukum konsumen dari Jerman, dalam ceramah di Jakarta, 26-30 Oktober 1998 membedakan konsumen berdasarkan hak ini. Ia menyatakan sebelum kita melangkah lebih detail dalam perlindungan konsumen, terlebih dulu harus ada persamaan persepsi tentang tipe konsumen yang akan mendapatkan perlindungan. Menurutnya, secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen, yaitu:

- 1) Konsumen yang terinformasi (*well-informed*)
- 2) Konsumen yang tidak terinformasi.²⁷

Ciri-ciri konsumen yang terinformasi sebagai tipe pertama adalah:

- 1) Memiliki tingkat pendidikan tertentu

²⁶ Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.35

²⁷ Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.34

- 2) Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar, dan
- 3) Lancar berkomunikasi

Dengan memiliki tiga potensi tersebut, konsumen jenis ini mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan.

Ciri-ciri konsumen yang tidak terinformasi sebagai tipe kedua memiliki ciri-ciri, antara lain:

- 1) Kurang berpendidikan
- 2) Termasuk kategori kelas menengah kebawah
- 3) Tidak lancar berkomunikasi

Konsumen jenis ini perlu dilindungi, dan khususnya menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan.

Selain ciri- ciri konsumen yang tidak terinformasi, karena hal-hal khusus dapat juga dimasukkan kelompok anak-anak, orang tua, dan orang asing (yang tidak dapat berkomunikasi dengan bahasa setempat) sebagai jenis konsumen yang wajib dilindungi oleh negara. Informasi ini harus diberikan secara sama bagi semua konsumen (tidak diskriminatif). Dalam perdagangan yang sangat mengandalkan informasi, akses kepada informasi yang tertutup, misalnya dalam praktik insider trading dibursa efek, dianggap sebagai bentuk kejahatan yang serius.

Penggunaan teknologi tinggi dalam mekanisme produksi barang dan/atau jasa akan menyebabkan makin banyaknya informasi yang harus dikuasai oleh masyarakat konsumen. Di sisi lain mustahil mengharapkan sebagian besar konsumen memiliki

kemampuan dan kesempatan akses informasi secara sama besarnya. Apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menerima informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan dapat saja dimanfaatkan secara tidak sewajarnya oleh pelaku usaha. Itulah sebabnya, hukum perlindungan konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, yang didalamnya tercakup juga hak atas informasi proporsional dan diberikan secara tidak diskriminatif.

2. Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 3 undang-undang No. 8 Tahun 1999 disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama sam melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²⁸ Dalam penjelasan undang-undang yang termasuk pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, Koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Undang-undang perlindungan konsumen tidak menggunakan istilah produsen sebagai lawan dari kata produsen, melainkan yang digunakan adalah pelaku usaha. Pengertian pelaku usaha merupakan pengertian yang sangat luas karena meliputi segala bentuk usaha, sehingga akan memudahkan konsumen, dala, arti banyak pihak dapat digugat jika terjadi sengketa atau pelanggaran atas hak konsumen.

²⁸Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.41

b. Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 Produsen disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang/atau jasa yang diperdagangkan
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan²⁹

Hak-hak pelaku usaha dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen, meskipun kerusakan timbul akibat cacat pada produk, yaitu apabila:

- 1) Produk tersebut sebenarnya tidak diedarkan
- 2) Cacat timbul dikemudian hari
- 3) Cacat timbul setelah produk berada diluar kontrol produsen
- 4) Barang yang diproduksi secara individual tidak untuk keperluan produksi
- 5) Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan yang ditetapkan oleh penguasa³⁰

²⁹ Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.43

³⁰ Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.42

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan /atau jasa yang sama. Dalam praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan / atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.

Menyangkut hak pelaku usaha yang tersebut pada huruf b, c, dan d, sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan pihak aparat pemerintah dan/ atau badan penyelesaian sengketa konsumen/ pengadilan dalam tugasnya melakukan penyelesaian sengketa. Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen secara berlebihan hingga mengabaikan kepentingan pelaku usaha dapat dihindari. Satu-satunya yang berhubungan dengan kewajiban konsumen atas hak-hak pelaku usaha yang disebutkan pada huruf b, c, dan d, tersebut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa sebagaimana diuraikan sebelumnya.

Di Amerika Serikat, faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen meliputi:

- 1) Kelalaian konsumen penderita
- 2) Penyalahgunaan produk yang tidak terduga pada saat produk dibuat (*unforseeable misuse*)
- 3) Lewatnya jangka waktu penuntutan (daluarsa), yaitu 6 (enam) tahun setelah pembelian, atau 10 tahun sejak barang diproduksi:

- 4) Produk pesanan pemerintah pusat (*federal*)
- 5) Kerugian yang timbul (sebagian) akibat kelalaian yang dilakukan oleh produsen lain dalam kerja sama produksi (dibeberapa negara bagian yang mengakui *joint and several liability*)³¹

c. Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 7 UUPK mengatur tentang kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- 7) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

³¹ Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.42

UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan transaksi usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.³²

Tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan. Sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.³³

Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi kepada yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi disamping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang sangat merugikan konsumen.

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.

³²Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.44

³³Ahmadi Miru dan Sutarman Yado, *Hukum perlindungan Konsumen*, h.54-55

Diperlukan representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi.

d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Sudah merupakan satu kewajiban untuk para pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya sebagaimana yang diamanatkan dalam pasal 7 huruf a UUPK, hal ini bertujuan untuk menjaga iklim usaha yang sehat serta tetap menjaga agar konsumen tidak dirugikan.³⁴ Mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam hal tidak lengkapnya informasi mengenai komposisi suatu produk mengacu pada pasal 19 ayat (1) UUPK dimana apabila konsumen dirugikan dalam hal konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengkonsumsi produk yang diperdagangkan produsen atau pelaku usaha maka pelaku usaha dapat dimintai penggantian kerugian berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/ atau jasa yang setara dan sejenis nilainya, perawatan kesehatan dan pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam hal konsumen menuntut pertanggung jawaban pelaku usaha untuk mendapat kerugian akibat mengkonsumsi produk yang tidak dilengkapi informasi mengenai komposisi secara lengkap maka konsumen harus dapat membuktikannya.

³⁴Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Aditya Bakti, 2010), h.93

Namun di dalam pasal 28 UUPK menyebutkan bahwa UUPK menganut sistem pembuktian terbalik dimana beban pembuktian tersebut tidak dibebankan kepada konsumen melainkan pada pelaku usaha, artinya pelaku usaha pembuat produk atau yang dipersamakan dengannya dianggap bersalah atas terjadinya kerugian terhadap konsumen selaku pemakai produk, kecuali dia dapat membuktikan sebaliknya bahwa kerugian yang terjadi tidak dapat dipersalahkan kepadanya. Pengaturan beban pembuktian terbaik dalam UUPK bertujuan untuk mensejajarkan kedudukan antara konsumen dan produsen yang mana dalam prakteknya kedudukan konsumen lebih lemah sehingga mengakibatkan kesulitan konsumen di dalam menuntut ganti kerugian khususnya dalam hal mengkonsumsi produk yang tidak dilengkapi informasi mengenai komposisi secara lengkap.

D. Standar Mutu Produk Minuman Kemasan

Minuman kemasan merupakan satu dari berbagai jenis produk pangan, sehingga untuk mengetahui standar mutu produk minuman kemasan maka tidak akan terlepas dari peraturan tentang pangan. Undang-undang No. 7 tahun 1996 tentang Pangan menyebutkan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang bersumber dari hayati dan air baik yang diolah maupun tidak, yang diperuntukkan sebagai konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan dan/atau pembuatan makanan dan minuman.

Tidak ada suatu jenis makanan atau minuman pun yang memiliki daya simpan tak terbatas, artinya memiliki mutu tetap sepanjang masa. Penurunan mutu suatu makanan atau minuman telah terjadi sejak pengolahan dan penurunan mutu tersebut berlangsung terus selama penyimpanan. Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 180/Men.Kes/Per/IV/85 Tentang Makanan Dan Minuman Pasal 1 huruf (c) menyatakan makanan dan minuman yang telah lewat

tanggal kadaluwarsa, Pasal 1 huruf (d) menyatakan tanggal kadaluwarsa adalah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen.

Terdapatnya penurunan mutu terhadap produk minuman kemasan yang masih dalam batas tanggal kadaluwarsa dapat disebabkan oleh bakteri seperti bakteri *coli*, *pathogen*, dan *salmonella*. Ketiga bakteri tersebut mengakibatkan produk tersebut menjadi cacat atau rusak (*defect*). Bahan pangan dapat mengalami kemunduran daya simpan yang disebut kadaluwarsa. Kemunduran daya simpan tersebut sering disebut dengan *shelf life loss*. Dalam praktiknya *shelf life loss* tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga bentuk utama yaitu:

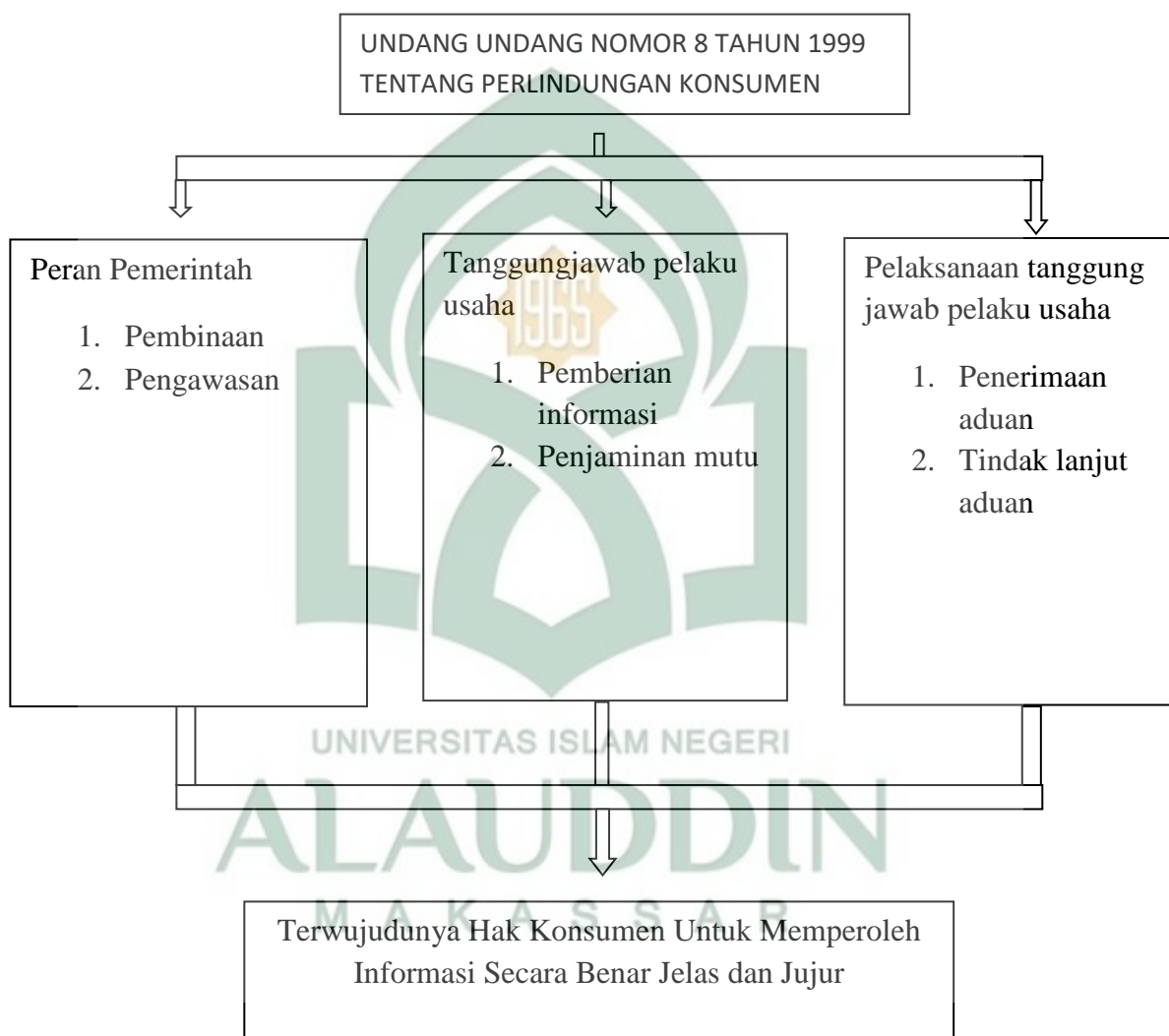
1. Tipe pertama, bahan pangan dengan laju penurunan daya simpan yang konstan atau tetap, artinya mutu bahan pangan tersebut menurun terus berbanding lurus dengan lama penyimpanan. Jenis makanan yang termasuk dalam kelompok ini adalah makanan segar, susu kering, berbagai kue, minuman dalam botol, karton yang berbentuk dus dan sebagainya
2. Tipe kedua disebut dengan degradasi ordo pertama (*first ordo degradation*), adalah jenis makanan yang pola kerusakan mutunya tidak konstan, kurva mutu penyimpanan tidak merupakan garis lurus tetapi kuadratik. Tipe ini digunakan pada makanan yang memiliki daya simpan lebih lama, misalnya makanan kaleng, susu ultra, dan sebagainya.
3. Tipe ketiga meliputi jenis makanan yang memiliki daya simpan yang tinggi, yang laju penurunan mutunya selama penyimpanan mengikuti pola yang spesifik. Jenis makanan tersebut adalah makanan beku (*daging*) dan *wine* atau anggur.

Dari uraian tersebut dapat dilihat bahwa tidak ada jaminan pasti tentang kelayakan mutu suatu produk pangan dalam masa daluwarsanya, tetap masih akan terbuka kemungkinan bahwa pangan yang nantinya akan dikonsumsi oleh konsumen bisa saja rusak sebelum mencapai tanggal kadaluwarsanya yang dapat disebabkan oleh bakteri atau karena kemasan produk yang rusak, dan juga dapat disebabkan karena selama penyimpanan produk tidak dilakukan dengan benar.

Peningkatan nilai guna barang adalah salah satu prinsip dalam produksi. Akan tetapi dalam hal ini perlu diketahui apa-apa yang harus dijadikan rambu-rambu dalam memproduksi barang. Secara umum dapat dikatakan bahwa nilai-nilai islam terangkum dalam empat pokok yaitu Tauhi, Keseimbangan, Kehendak Bebas dan Tanggung Jawab.



E. Kerangka Konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang menggabungkan antara Penelitian Hukum Normatif dan Penelitian Hukum Empiris. Penelitian hukum normatif bisa juga disebut sebagai penelitian hukum doktrinal. Pada penelitian ini, sering kali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*Law in book*) atau hukum yang dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku masyarakat terhadap apa yang dianggap pantas. Namun sesungguhnya hukum juga dapat dikonsepsikan sebagai apa yang ada dalam tindakan (*Low in action*). *Low in book* adalah hukum yang seharusnya berjalan sesuai harapan, keduanya seiring berbeda, artinya hukum dalam buku sering berbeda dengan hukum dalam kehidupan masyarakat.¹

Metode penelitian hukum empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat. Dikarenakan dalam penelitian ini meneliti orang dalam hubungan hidup di masyarakat maka metode penelitian hukum empiris dapat dikatakan sebagai penelitian hukum sosiologis. Dapat dikatakan bahwa penelitian hukum yang diambil dari fakta-fakta yang ada di dalam suatu masyarakat, badan hukum atau badan pemerintah.

¹<http://www.informasi-pendidikan.com/2013/08/penelitian-hukum-normatif.html> diakses pada pukul 02.40 WITA Tanggal 10 Juni 2016

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Kota Makassar Provinsi Sulawesi

Selatan dengan difokuskan pada:

- a. Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag), pada bagian Perlindungan Konsumen Kota Makassar
- b. Pelaku usaha ritel pangan dalam wilayah Kota Makassar
- c. Konsumen minuman kemasan

B. Pendekatan Penelitian

Spesifikasi pendekatan pada penelitian ini menggabungkan antara pendekatan yuridis empiris dan yuridis normatif.

1. Penelitian yang menggunakan pendekatan yuridis empiris berarti berarti penelitian yang menekankan pada fakta-fakta yang terjadi dilapangan.
2. Sedangkan penelitian yang menggunakan pendekatan yuridis normatif berarti mengkaji tentang perundang-undangan dan peraturan-peraturan dengan teori-teori hukum mengenai penerapan aturan. Pendekatan penelitian tersebut juga disebut dengan penelitian hukum doktrinal karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau bahan hukum yang lain, sebagai peneliti pustakawan atau peneliti dokumen disebabkan peneliti ini banyak dilakukan terhadap data yang bersifat sekunder yang ada diperputakaan.

C. Sumber Data

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu :
 - a. Metode wawancara

Wawancara yaitu tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Teknik wawancara dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung informan untuk dimintai keterangan mengenai sesuatu yang diketahuinya, bisa mengenai suatu kejadian, fakta atau pendapat informan itu sendiri.
 - b. Metode observasi

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala yang diteliti.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, majalah jurnal, karya ilmiah, internet, dan berbagai sumber lainnya.

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini adalah *field research*, maka data penelitian ini diperoleh dengan bergai cara yaitu:

1. Wawancara yaitu tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Teknik wawancara dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung informan untuk dimintai keterangan mengenai sesuatu yang diketahuinya, bisa mengenai suatu kejadian, fakta atau pendapat informan itu sendiri.

2. Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala yang diteliti.
3. Dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan langkah penting dalam pola prosedur penelitian. Instrumen berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Dalam penelitian ini ada beberapa instrumen penelitian yang digunakan yaitu:

1. Pedoman wawancara

Pedoman wawancara berfungsi sebagai alat pengarah dalam mengumpulkan data dari informan pada saat dilakukan wawancara.

2. Handphone

Penggunaan alat komunikasi berupa handphone yang memiliki spesifikasi dan fitur yang dapat membantu dalam penelitian ini, utamanya aplikasi Kamera Video, Kamera Foto dan Juga Recorder Suara.

3. Alat Tulis

Alat tulis dalam sebuah penelitian sangat diperlukan dalam proses penelitian, hal ini guna mempermudah dalam proses pengumpulan data sementara dalam bentuk tulisan untuk selanjutnya diolah.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengolahan data yaitu:

1. Reduksi Data ialah proses mengubah rekaman data ke dalam pola, fokus, kategori, atau pokok permasalahan tertentu.

2. Penyajian Data ialah menampilkan data dengan cara memasukkan data dalam sejumlah matriks yang diinginkan.
3. Pengambilan Kesimpulan ialah mencari simpulan atas data yang direduksi dan disajikan .

Analisis data yang digunakan yakni analisis kualitatif yaitu teknik pengolahan data kualitatif (kata-kata) yang dilakukan dalam rangka mendeskripsikan/ membahas hasil penelitian dengan pendekatan analisis konseptual dan teoretik, serta mengolah data dan menyajikan dalam bentuk yang sistematis, teratur dan terstruktur serta mempunyai makna. Analisis data tidak hanya dimulai saat sebelum dan setelah penelitian, namun dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Hal ini disertai dengan identifikasi dan pemilaaan terkait data yang dianggap penting dan berhubungan dengan fokus penelitian.

G. Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini meliputi *Credibility* (validasi internal), *Transferability* (validasi eksternal), *Dependability* (reabilitas), dan *Confirmability* (obyektivitas).

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas antara lain dilakukan dengan cara yaitu:²

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk menguji kredibilitas data yang telah diperoleh, apakah data yang telah diperoleh telah berubah atau tidak.

b. Meningkatkan ketekunan

²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012) h.37

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

c. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi merupakan pendukung yang dapat membuktikan data yang telah ditemukan, seperti rekaman wawancara.

2. Pengujian Transferability

Pengujian Transferability merupakan validasi eksternal, digunakan agar hasil penelitian dapat digunakan dapat diterapkan. Pengujian ini dilakukan dengan membuat laporan yang diurai secara jelas, rinci dan sistematis.

3. Pengujian Defendability

Dalam penelitian kualitatif, uji defendability dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses oleh auditor yang independen, atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan kegiatan peneliti dalam melakukan penelitian

4. Pengujian Confirmability

Dalam penelitian ini uji confirmability dilakukan bersamaan dengan uji defendability, karena pengujian ini harus melibatkan orang lain.

BAB IV

REALITAS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP HAK ATAS INFORMASI MENGENAI JAMINAN MUTU PRODUK MINUMAN KEMASAN DI MAKASSAR

A. Gambaran Umum PT Midi Utama Indonesia

PT Midi Utama Indonesia Tbk adalah operator jaringan ritel Alfamidi, Alfaexpress, Lawson dan Alfasupermarket yang didirikan pada bulan Juni 2007. Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perseroan antara lain bergerak dalam bidang perdagangan umum termasuk perdagangan toserba/swalayan dan minimarket. Perusahaan berkedudukan di Jalan M.H. Thamrin No. 9, Cikokol, Tangerang. Pada awal pendiriannya, PT Midi Utama Indonesia Tbk bernama PT Midimart Utama. Perseroan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2007. Gerai pertamanya menyandang nama Alfamidi terletak di Jalan Garuda, Jakarta Pusat.¹

Konsep Alfamidi diciptakan untuk menyesuaikan perubahan belanja konsumen dari belanja bulanan menjadi belanja mingguan di toko yang terdekat. Alfamidi dikembangkan dengan konsep supermarket mini yang menempati luas area penjualan antara 200 hingga 400 meter persegi. Keunikan gerai Alfamidi dibandingkan gerai sejenis lainnya adalah Alfamidi menyediakan produk fresh food, daging olahan dan makanan beku yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pada 2009, Perseroan melakukan

¹ Situs resmi PT Midi Utama Indonesia, <http://alfamidiku.com/template/company-profile.php> (diakses pada tanggal 17 agustus 2016)

pengembangan jenis gerai bernama Alfaexpress. Alfaexpress diperkenalkan sebagai konsep gerai yang menyediakan makanan dan minuman siap saji.²

Pada tahun 2011, untuk menyempurnakan konsep gerai Alfaexpress, Perseroan menandatangani perjanjian *Master Liscence Agreement* (MLA) dengan *Lawson Inc.*, Jepang yang memberikan hak eksklusif bagi Perseroan untuk menggunakan dan bertindak sebagai *sub-franchisor* atas *trademark* dan *knowhow* *Lawson* di wilayah Indonesia selama 25 tahun dan dapat diperpanjang berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Gerai *Lawson* sebagai gerai yang menyediakan makanan dan minuman siap saji (gerai *convenience*) menjual berbagai macam makanan khas Jepang dan makanan lainnya seperti onigiri, bento, nasi goreng, pasta serta produk minuman seperti kopi, coldiezt dan lain-lain. Sejalan dengan langkah strategi Perusahaan supaya tidak terjadi tumpang tindih antara format gerai yang ada, sejak bulan Maret 2015, gerai Alfaexpress sudah tidak beroperasi lagi.³

Dinamika bisnis ritel di Indonesia terus mengalami perkembangan seiring dengan pertumbuhan segmen middle market. Oleh karena itu, Perseroan berupaya menyempurnakan konsep gerai Alfamidi dengan membentuk Alfamarket pada tahun 2015, sebagai jawaban atas peluang pasar yang masih terbuka luas serta upaya memaksimalkan perolehan laba usaha Perseroan. Alfamarket didesain dengan konsep supermarket dengan luas area penjualan lebih dari 500 meter persegi. Alfamarket hadir dengan gerai yang lebih luas untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan dengan menyediakan assortment yang lengkap didukung dengan strategi

² Situs resmi PT Midi Utama Indonesia, <http://alfamidiku.com/template/company-profile.php> (diakses pada tanggal 17 Agustus 2016)

³ Situs resmi PT Midi Utama Indonesia, <http://alfamidiku.com/template/company-profile.php> (diakses pada tanggal 17 Agustus 2016)

marketing yang kompetitif. *consumers' expenditure or* Perseroan mengemban visi untuk menjadi jaringan ritel yang menyatu dengan masyarakat, mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Karenanya Perseroan berupaya memenuhi kebutuhan dengan memperhatikan kenyamanan pelanggan, gerai Perseroan menyediakan barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau, tempat belanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau.⁴

Perseroan juga berupaya berpartisipasi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Program-program yang dilakukan merupakan bagian yang tidak terpisahkan misi Perseroan untuk membantu masyarakat sekitar. Selain itu juga merangkul masyarakat dan institusi melalui skema waralaba yang dapat melahirkan wirausaha-wirausaha baru dan membuka lapangan pekerjaan. Perseroan telah menerima penghargaan dari berbagai institusi yang terpercaya diantaranya: *Master Service Award for category of minimarket* dari Makassar Research dan Makassar Terkini (2011-2012), *Customer Loyalty Award as Leader of Net Promoter in the minimarket category* dari Majalah Swa (2012-2013), *Customer Loyalty Award as Good Net Promoter in the convenience store category* dari Majalah Swa (2012, 2013, 2015), *The Best in Experiential Marketing Award* dan *The Best in Social Marketing Award* dari Majalah Marketing (2013), *Social Media Award* dari Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing (2014-2015).

⁴Situs resmi PT Midi Utama Indonesia, <http://alfamidiku.com/template/company-profile.php> (diakses pada tanggal 17 Agustus 2016)

Saat ini PT Midi Utama Indonesia Tbk menjadi salah satu jaringan ritel yang mudah dijangkau masyarakat luas. Pada akhir 2015 jumlah gerai Perseroan mencapai 1.063 gerai yang terdiri dari 1.023 gerai Alfamidi, 2 gerai Alfasupermarket dan 38 gerai Lawson yang tersebar di beberapa pulau Indonesia meliputi pulau Jawa, Kalimantan, Sumatera dan Sulawesi. Jaringan gerai tersebut terdiri dari gerai milik sendiri dan dalam bentuk kerjasama waralaba dengan pihak ketiga. Didukung lebih dari 17.547 karyawan, Perseroan melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia. Untuk Cabang Makassar PT Midi Utama Indonesia saat ini telah memiliki 24 toko yang tersebar di wilayah Makassar. Kantor pusat distribusi dan pengelolaan terletak di jalan Kima 8 Blok SS no. 23 Makassar.

B. Peran Pemerintah Dalam Melindungi Hak Konsumen Untuk Memperoleh Informasi Terkait Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan Yang Beredar Dan Diperdagangkan Di Kota Makassar

Berkaitan dengan pemakaian teknologi yang makin maju dan supaya tujuan standarisasi dan sertifikasi tercapai semaksimal mungkin, maka pemerintah perlu aktif dalam membuat, menyesuaikan, dan mengawasi pelaksanaan peraturan yang berlaku.⁵ Sesuai dengan prinsip pembangunan yang, antara lain, menyatakan bahwa pembangunan dilaksanakan bersama oleh masyarakat dengan pemerintah dan karena itu menjadi tanggung jawab bersama pula, maka melalui pengaturan dan pengendalian oleh pemerintah, tujuan pembangunan nasional dapat dicapai dengan baik.⁶

⁵ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. h.19

⁶ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. h.19

Menurut Sri Rejeki (43 tahun) Kepala Bagian Perlindungan Konsumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar yang diwawancarai pada tanggal 26 Juli 2016 bahwa:

“Upaya pemerintah untuk melindungi konsumen dari produk yang merugikan dilaksanakan dengan cara mengatur, mengawasi serta mengendalikan produksi dan distribusi produk sehingga konsumen tidak dirugikan baik kesehatannya maupun keuangannya. Upaya yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar yaitu dengan melakukan beberapa hal, yaitu:

1. Registrasi dan penilaian
2. Pengawasan dan produksi
3. Pengawasan distribusi
4. Pembinaan dan pengembangan usaha
5. Peningkatan dan pengembangan prasarana dan tenaga⁷

Peranana pemerintah sebagaimana disebutkan diatas dapat dikategorikan sebagai perananan yang berdampak jangka panjang sehingga perlu dilakukan secara kontinu memberikan penerangan, penyuluhan, dan pendidikan bagi semua pihak. Dengan demikian, tercipta lingkungan usaha yang sehat dan berkembangnya pengusaha yang bertanggung jawab. Termasuk disini menciptakan pasar yang kompetitif dengan berangsur/angsur menghilangkan monopoli dan proteksi.⁸ Dalam jangka pendek, Pemerintah dapat menyelesaikan secara langsung dan cepat masalah – masalah yang timbul.

Pasal 29 dan 30 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan tentang peran pemerintah tentang pengawasan dan

⁷ Sri Rejeki, 43 Tahun, Kabag Perlindungan Konsumen DISPERINDAG Kota Makassar, wawancara tanggal 26 Juli 2016

⁸ Ading Suryana, *Upaya Pemerintah dalam Meningkatkan Perhatian Terhadap Kepentingan Konsumen Produk Pangan*, (Yogyakarta: UGM, 1989) h.5

pembinaan. Pasal 30 UUPK menjelaskan tentang pengawasan, poin-poin penting dalam pasal tersebut yaitu:

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangnya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 3 ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 1, ayat 2, dan ayat 3 ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.⁹

Menurut pasal 30 ayat (1) Undang – Undang Perlindungan Konsumen, pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang – undangan dilaksanakan oleh:

⁹ Republik Indonesia. 1999. *“Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 30 ayat 1.

1. Pemerintah
2. Masyarakat
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

Pengawasan yang diselenggarakan oleh pemerintah dilaksanakan oleh menteri-menteri terkait. Dengan demikian, tugas pembinaan dan pengawasan dari pemerintah dapat dilaksanakan oleh menteri-menteri terkait sekaligus.¹⁰ Pengawasan yang dilakukan oleh unsur pemerintah bermaksud untuk memastikan terselenggaranya perlindungan kepada konsumen sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dalam hal ini pemerintah mengawasi kepatuhan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan memberi sanksi apabila ditemukan pelanggaran. Menurut pemaparan Sri Rejeki (43 tahun) Kabag. Perlindungan konsumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar yang diwawancarai pada tanggal 26 Juli 2016 bahwa:

“Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar telah melakukan upaya pengawasan dengan secara rutin melakukan sidak ke sejumlah toko retail di Kota Makassar, kegiatan ini dilakukan untuk mengurangi praktik curang yang dilakukan oleh pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen”. Lebih lanjut Sri Rejeki (43 tahun) menjelaskan bahwa “apabila ditemukan pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik curang tersebut, maka Dinas Perindustrian Kota Makassar akan melakukan penyitaan terhadap produk bermasalah tersebut sekaligus memberikan teguran kepada pelaku usaha, dan jika tetap ditemukan melakukan kembali praktik curang dengan tidak mengindahkan hak konsumen maka Dinas Perindustrian dan Perdagangan akan mencabut Izin Usaha Toko tersebut”.¹¹

¹⁰Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Kosnumen di Indonesia*. h.170

¹¹ Sri Rejeki, 43 tahun, Kabag. Perlindungan Konsumen DISPERINDAG Kota Makassar, wawancara pada tanggal 26 Juli 2016, Makassar.

Fungsi Pemerintah sebagai penyelenggara pengawasan seringkali menemui kendala, hal ini dijelaskan oleh Sri Rejeki (43 tahun) Kabag. Perlindungan Konsumen pada wawancara tanggal 26 Juli 2016

“Kendala terbesar yang seringkali dihadapi adalah banyaknya usaha kecil yang sifatnya rumahan dan belum terdaftar di Dinas Perindustrian dan perdagangan Kota Makassar, Oleh karena itu, peran serta masyarakat sangat dibutuhkan dalam hal pengawasan”.¹²

Dari pengamatan yang dilakukan di jalan Perintis Kemerdekaan pada tanggal 30 Juni 2016 terdapat beberapa mobil plat hitam yang menjual minuman kemasan dibawa harga normal dan sudah mendekati masa daluwarsa. Pengamatan serupa juga dilakukan disekitar jalan Hertasning Kota Makassar pada tanggal 1 juni 2016, menjelang perayaan hari raya idul fitri banyak pedagang musiman yang menjual minuman kemasan dengan harga yang cukup murah namun mutu dan kualitas yang sudah menurun. Menurut Sri Rejeki (43 tahun) Kabag. Perlindungan Konsumen Disperindag Kota Makassar menuturkan bahwa:

“hal tersebut sebenarnya sudah diketahui oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar, akan tetapi saat turun melakukan sidak pedagang musiman tersebut sudah tidak ditemui karena sifatnya berpindah-pindah, inilah yang menjadi kendala terbesar pemerintah terkait upaya pengawasan atas peredaran minuman kemasan di Kota Makassar”.¹³

Menurut Halim 37 Tahun Warga BTN Gardenia Racing Center yang diwawancarai pada tanggal 26 Juli 2016 menuturkan bahwa:

¹² Sri Rejeki, 43 tahun, Kabag. Perlindungan Konsumen DISPERINDAG Kota Makassar, wawancara pada tanggal 26 Juli 2016, Makassar.

¹³ Sri Rejeki, 43 Tahun, Kabag. Perlindungan Konsumen DISPERINDAG Kota Makassar, wawancara pada tanggal 26 Juli 2016, Makassar.

“dirinya juga terkadang membeli minuman kemasan dengan harga murah dipinggir jalan dengan alasan minuman tersebut lebih murah dan akan langsung dikonsumsi, jadi walaupun tanggal kadaluwarsanya sudah dekat tidak menjadi masalah”.¹⁴

Berdasarkan penjelasan Sri Rejeki (43 tahun) tentang pengawasan Pemerintah dan hasil pengamatan menunjukkan bahwa dari segi pengawasan Pemerintah masih kurang berperan efektif karena masih terdapat celah bagi pelaku usaha untuk melakukan tindakan penjualan yang mengabaikan hak konsumen terutama dalam memperoleh informasi yang benar jelas dan jujur, padahal pengawasan terhadap pelaku usaha pada gilirannya berfungsi untuk memastikan terpenuhinya atau terselenggaranya hak dan kewajiban para pihak. Oleh karena itu, pengawasan merupakan unsur yang penting dalam hal terlaksananya perlindungan konsumen. Pengawasan ini perlu, mengingat bahwa kecenderungan untuk melalaikan kewajiban dipandang ada pada setiap orang.

Ketentuan teknis lebih lanjut tentang pembinaan sesuai dengan perintah Pasal 29 ayat (5) UUPK diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Pada Pasal 4 Peraturan Pemerintah ini, Menteri Perindustrian dan Perdagangan melakukan koordinasi dengan menteri teknis terkait untuk menciptakan iklim usaha dan menumbuhkan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen dalam beberapa hal, seperti :

1. Penyusunan kebijakan
2. Pemasyarakan peraturan

¹⁴ Halim, 37 Tahun, Konsumen, wawancara pada tanggal 26 Juli 2016, Makassar.

3. Peningkatan BPKN dan BPSK
4. Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen
5. Peningkatan pemberdayaan konsumen
6. Penelitian

Menurut Sri Rejeki (43 tahun) Kepala Bagian Perlindungan Konsumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar yang diwawancarai pada tanggal 26 Juli 2016 menuturkan bahwa

“Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar telah melakukan beberapa upaya sebagaimana amanah dari Peraturan Pemerintah diatas. Salah satu contohnya dengan turun melakukan sosialisasi dan bersentuhan langsung dengan konsumen di beberapa pusat perbelanjaan baik yang bersifat modern maupun pasar tradisional, namun lebih lanjut Sri Rejeki mengatakan bahwa kegiatan ini terakhir kali dilaksanakan pada tahun 2014”.¹⁵

Terkait peran Pemerintah dalam hal pembinaan diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Ketentuan tentang pembinaan terdapat dalam Bab VII Pasal 49. Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan menyebutkan bahwa:

- a. Pengembangan sumber daya manusia di bidang pangan melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan, terutama usaha kecil;
- b. Untuk mendorong dan meningkatkan peran serta masyarakat dalam kegiatan pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kemampuan usaha kecil, penyuluhan di bidang pangan, serta penganeekaragaman pangan;

¹⁵ Sri Rejeki, 43 Tahun, Kabag. Perlindungan Konsumen DISPERINDAG Kota Makassar, wawancara pada tanggal 26 Juli 2016, Makassar.

- c. Untuk mendorong dan mengarahkan peran serta asosiasi dan organisasi profesi di bidang pangan;
- d. Untuk mendorong dan menunjang kegiatan penelitian dan atau pengembangan teknologi di bidang pangan;
- e. Penyebarluasan pengetahuan dan penyuluhan di bidang pangan;
- f. Pembinaan kerja sama internasional di bidang pangan, sesuai dengan kepentingan nasional;
- g. Untuk mendorong dan meningkatkan kegiatan penganeekaragaman pangan yang dikonsumsi masyarakat serta pemantapan mutu pangan tradisional.¹⁶

Pada praktiknya, menurut Sri Rejeki (43 tahun) Kepala Bagian Perlindungan Konsumen Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar saat diwawancarai pada tanggal 26 juli 2016 menuturkan bahwa:

“kegiatan pembinaan berupa penyuluhan terakhir kali dilaksanakan pada tahun 2014 itupun hanya dilakukan satu kali”.¹⁷

Hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah kurang aktif dalam menjalankan amanah yang tercantum dalam UUPK Tentu ini menjadi masalah dalam hal peran pemerintah terkait mengenai pembinaan, karena hal ini secara tegas telah diatur dalam undang-undang.

¹⁶ Republik Indonesia, 1996, Pasal 49 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan.

¹⁷ Sri Rejeki, 43 Tahun, Kabag. Perlindungan Konsumen DISPERINDAG Kota Makassar, wawancara pada tanggal 26 Juli 2016, Makassar.

C. Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Hak atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan yang Beredar dan Diperdagangkan di Kota Makassar

Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer profesional.¹⁸ Yaitu setiap orang / badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen.¹⁹ Sifat profesional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggungjawaban dari produsen.

Produsen tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat / pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian / peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan kata lain, dalam konteks perlindungan konsumen, produsen diartikan secara luas. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan minuman kemasan, maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan minuman hingga ke tangan konsumen, yaitu pabrik (pembuat), distributor, eksportir atau importir, dan pengecer baik yang berbentuk badan hukum maupun yang bukan badan hukum.

Pasal 1 angka 3 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak memakai istilah produsen, tetapi memakai istilah lain yang kurang lebih sama artinya, yaitu pelaku usaha.

“Pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha, baik yang berbetuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau

¹⁸ Agnes M. Toar, *Tanggung Jawab Produk , Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*, (Bandung: Gautama, 1988) h.105

¹⁹ Harry Duintjer Tebbens, *Internasional Product Liability*, Sijthoff & Noordhoff Internasional Publisher, (Netherlands, 1980) h.4

melakukan kegiatan usaha dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar terdapat 23 badan usaha yang bergerak dibidang ritail yang menjual produk minuman kemasan, ini belum termasuk pedagang grosir dan eceran yang tersebar di pasar tradisonal dan warung kecil.

Pelaku usaha merupakan salah satu komponen yang turut bertanggung jawab dalam mengusahakan tercapainya kesejahteraan rakyat. Sebagai penyelenggara kegiatan usaha , pelaku usaha adalah pihak yang bertanggungjawab atas akibat-akibat negatif berupa kegrugian yang ditmbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen.²⁰ Pelaku usaha harus mampu menghasilkan berbagai barang dan / jasa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dengan pemastian terhadap mutu, jumlah yang mencukupi, serta keamanan pada pemakaian barang dan / jasa yang diedarkan. Kewajiban pelaku usaha menurut pasal 7 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:²¹

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan / atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

²⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014) h.71

²¹ Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 7

4. Menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi dan / atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan / atau mencoba barang serta memberi jaminan dan / atau garansi atas barang yang dibuat dan / atau diperdagangkan
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan / atau penggantian kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan / atau jasa yang diperdagangkan
7. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan / atau penggantian kerugian apabila barang dan / atau barang yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian²²

Dengan demikian, pokok-pokok kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Bertindak baik
2. Memberi informasi
3. Melayani dengan cara yang sama
4. Memberi jaminan
5. Memberi kesempatan mencoba
6. Memberi kompensasi²³

Kewajiban bertikat baik berarti pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib melakukannya dengan itikad baik, yaitu secara berhati-hati, mematuhi dengan aturan-aturan, serta dengan penuh tanggung jawab. Menurut Asfin

²² Republik Indonesia, 1999, *Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 7*

²³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. H.73

25 tahun, Asisten Kepala Toko (AKT) PT. Midi Utama Indoensia Cabang Racing Center saat diwawancarai pada tanggal 25 Juli 2016 mengemukakan bahwa

“khusus karyawan PT Midi Utama Indonesia cabang Racing Center telah dibekali dengan pengetahuan dasar mengenai Standar Operasional Prosedur pelayanan konsumen. Lebih lanjut Asfin menjelaskan bahwa pembekalan ini diberikan saat sebelum seorang karyawan direkrut menjadi karyawan tetap PT Midi Utama Indonesia”.²⁴

Kewajiban memberi informasi berarti pelaku usaha wajib memberi informasi kepada masyarakat konsumen atas produk dan segala hal sesuai mengenai produk yang dibutuhkan konsumen. Informasi itu adalah informasi yang benar, jelas dan jujur. Hal ini juga dijelaskan dalam Pasal 4 butir c Undang – Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan / atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

²⁴ Asfin, 25 Tahun, AKT Alfamidi Racing Center Makassar, wawancara pada tanggal 25 Juli 2016, Makassar.

- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dalam praktiknya, pemberian informasi secara jelas, benar dan jujur berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada tanggal 24 juli 2016 di toko Alfamidi di jalan Abdullah Daeng Sirua Kota Makassar masih jauh dari harapan atau dengan kata lain tanggungjawab pelaku usaha dalam menjamin hak konsumen untuk mendapat informasi yang benar tidak diindahkan, hal ini terlihat dari beberapa produk minuman kemasan yang dijual secara obral dan dikemas dalam bentuk parcel yang berisi beberapa jenis minuman kemasan dengan iming-iming harga murah. Menurut Ibu Masnawati (40 tahun) seorang ibu rumah tangga yang diwawancarai pada tanggal 24 juli 2016 mengatakan bahwa:

“yang paling pertama yang diperhatikan saat berbelanja ditoko adalah kualitas barang, akan tetapi jika terdapat barang obral yang ditemukan terkadang ibu masnawati membelinya dengan alasan harganya cukup murah”.²⁵

Hal ini tentu dapat membahayakan konsumen selaku pemakai terakhir. Sementara itu menurut Asfin (25 tahun) AKT Alfamidi cabang Racing Center saat diwawancarai pada tanggal 25 Juli 2016 menjelaskan bahwa

²⁵ Masnawati, 40 Tahun, Konsumen Minuman Kemasan, wawancara pada tanggal 24 Juli 2016, Makassar.

“produk – produk minuman kemasan yang di obral di toko Alfamidi Racing Center masih layak konsumsi, karena masih jauh dari tanggal kadaluwarsa, produk minuman yang diobral tersebut dipatok dengan harga murah sebenarnya merupakan strategi penjualan dengan hitungan kelipatan keuntungan yang tidak bisa dipublikasikan karena merupakan rahasia perusahaan”.²⁶

Peraturan tentang penjualan produk secara obral lebih spesifik dijelaskan dalam pasal 11 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dalam pasal ini dijelaskan bahwa pelaku usaha dalam melakukan penjualan yang dilakukan secara obral atau lelang, dilarang mengelabui / menyesatkan konsumen dengan:

- a. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.²⁷

²⁶ Asfin, 25 Tahun, AKT Alfa Midi Racing Center Makassar, wawancara pada tanggal 25 Juli 2016, Makassar.

²⁷ Republik Indonesia, 1999, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pasal 11.

Melihat realitas yang terjadi dilapangan bahwa terdapat toko retail yang melakukan penjualan tanpa mengindahkan hak konsumen untuk memperoleh informasi secara jelas, benar dan jujur. Menurut Asfin (25 tahun) AKT Alfamidi Racing Center menuturkan bahwa:

“tidak semua toko retail melakukan praktik curang dengan etiked tidak baik dengan melakukan obral besar-besaran”. Lebih lanjut Asfin (25 tahun) menerangkan bahwa Alfamidi Racing Center setiap kali melakukan obral baik itu makanan ataupun minuman selalu memperhatikan kualitas dan mutu produk yang diobral, bahkan disiapkan stand tersendiri, kemudian terdapat karyawan yang menjaga secara khusus stand obral tersebut, sehingga konsumen dapat menanyakan terlebih dahulu sebelum membeli terhadap kualitas produk tersebut. Juga disiapkan kotak saran apabila ada keluhan yang dirasakan oleh konsumen, selain itu secara umum PT Midi Utama Indonesia memiliki layanan pelanggan (costemer service) yang dapat dihubungi via telepon, sms, ataupun email, apabila terdapat keluhan seputar pelayanan ataupun produk yang ingin disampaikan oleh konsumen secara langsung”.²⁸

Namun demikian, hal ini tidak menjamin bahwa hal tersebut dapat mencegah praktik curang yang dilakukan oleh pelaku usaha, karena yang menjadi titik penting adalah kewajiban pelaku usaha saat proses penjualan, bukan pada saat setelah terjadinya kerugian oleh konsumen.

Bentuk pertanggungjawaban administratif yang dapat dituntut dari pelaku usaha diatur didalam pasal 60 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

²⁸ Asfin, 25 Tahun, AKT Alfa Midi Racing Center Makassar, wawancara pada tanggal 25 Juli 2016, Makassar.

Konsumen, yaitu pembayaran ganti kerugian paling banyak Rp. 200.000.000,00 terhadap pelanggaran ketentuan tentang:

1. Kelalaian membayar ganti rugi kepada konsumen (pasal 19 ayat (2) dan (3) UUPK)
2. Periklanan yang tidak memenuhi syarat (pasal 20 UUPK)
3. Kelalaian dalam menyediakan suku cadang (pasal 25 UUPK)
4. Kelalaian memenuhi garansi / jaminan yang dijanjikan

Berdasarkan pasal 60 UUPK tersebut, menunjukkan bahwa pelaku usaha berkewajiban bertanggungjawab penuh apabila terjadi kelalaian dalam memenuhi jaminan mutu terhadap produk yang diperdagangkan. Menurut Asfin (25 tahun) saat diwawancarai pada tanggal 25 agustus 2016 mengatakan bahwa:

“PT Midi Utama Indonesia dalam menyikapi keluhan konsumen seputar produk minuman yang dibeli di toko alfamidi lebih mengutamakan penyelesaian secara kekeluargaan dengan melakukan penukaran terhadap barang yang dianggap tidak memenuhi standar mutu”.²⁹

Namun hal tersebut tidak menjadi jaminan bahwa pelaku usaha cukup bertanggungjawab dalam pemenuhan hak konsumen, justru hal tersebut dianggap sebagai upaya pelaku usaha untuk mengurangi angka kerugian perusahaan dengan hanya melakukan penukaran barang saja, padahal konsumen dapat menempuh jalur hukum guna mendapat ganti kerugian yang lebih layak sesuai dengan apa yang tertuang dalam pasal 60 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk tanggungjawab pelaku usaha dalam menjamin hak

²⁹ Asfin, 25 Tahun, AKT Alfa Midi Racing Center Makassar, wawancara pada tanggal 25 Juli 2016, Makassar.

konsumen untuk memberikan informasi yang benar jelas dan jujur belum berjalan sesuai dengan amanah UUPK.

D. Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Hak Atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan Yang Beredar Dan Diperdagangkan Di Kota Makassar

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan.³⁰ Karena itu kepada pelaku usaha dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatuhan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku dikalangan dunia usaha. Etika bisnis merupakan salah satu pedoman bagi setiap pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Prinsip businnes is businnes, tidak dapat diterapkan, tetapi harus dengan pemahaman atas prinsip bisnis untuk pembangunan.³¹ Jadi sejauh mungkin, pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu, kepada produsen pelaku usaha harus bekerja keras untuk menjadikan usahanya memberi kontribusi pada peningkatan pembangunan nasional secara keseluruhan.

Kewajiban pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya diatur dalam pasal 7 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berarti pelaku usaha ikut bertanggung jawab untuk menciptakan iklim berusaha yang sehat demi menunjang pembangunan nasional. Jelas ini adalah tanggung jawab publik yang diemban oleh pelaku usaha.

³⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*) h.80

³¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*) h.80

Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha maka kepadanya dikenakan sanksi hukum, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan.

Pemberian sanksi ini penting mengingat bahwa menciptakan iklim berusaha yang sehat membutuhkan keseriusan dan ketegasan. Untuk itu sanksi merupakan suatu alat untuk mengembalikan keadaan pada keadaan semula manakala telah terjadi pelanggaran (rehabilitasi) sekaligus sebagai alat preventif bagi pelaku usaha lainnya sehingga tidak terulang lagi perbuatan yang sama.³²

Untuk menghindari hal ini, PT. Midi Utama Indonesia melakukan beberapa upaya, sesuai dengan penuturan Asfin (25 tahun) AKT Alfamidi Racing Center yang ia peroleh dari pelatihan dan training pegawai PT. Midi Utama Indonesia, “yaitu dengan melakukan promosi produk minuman obral dengan senantiasa mengutamakan mutu produk tersebut, dan menyiapkan Sales Promosian Girl (SPG) pada stand produk obral guna melayani konsumen secara baik sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang dimiliki oleh perusahaan”.³³

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai pertanggungjawaban produsen, yang disebut dengan pelaku usaha, pada Bab VI dengan judul Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Pasal 19-28. Ketentuan pasal-pasal tersebut adalah sebagai berikut:

³² Ading Suryana, *Upaya Pemerintah dalam Meningkatkan Perhatian Terhadap Kepentingan Konsumen Produk Pangan*. h.35

³³ Asfin, 25 Tahun, AKT Alfa Midi Racing Center Makassar, wawancara pada tanggal 25 Juli 2016, Makassar.

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pada Umumnya

Pasal 19 UUPK menentukan bahwa :

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.³⁴

Maksud dari pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini adalah jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengonsumsi produk yang diperdagangkan, pelaku usaha wajib memberi penggantian kerugian, baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan, maupun dengan pemberian santunan.

³⁴ Republik Indonesia, 1999, Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penggantian kerugian itu dilakukan dalam waktu paling lama tujuh hari setelah tanggal transaksi.

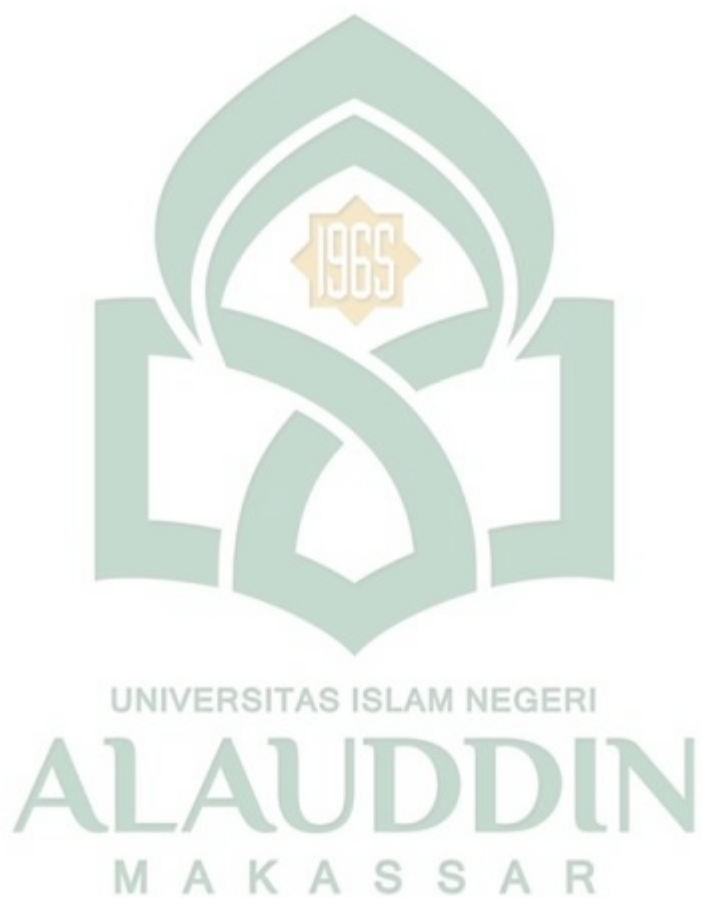
PT. Midi Utama Indonesia melalui AKT Alfamidi Racing Center , Asfin (25 tahun) saat diwawancarai pada tanggal 25 Juli 2016 menuturkan bahwa:

“Pihak Alfamidi telah memiliki layanan Costumer Service (CS), ini dipruntukkan bagi konsumen yang memiliki komplain terhadap produk yang dijual oleh Alfamidi, dan terkait mengenai ganti kerugian hal ini sepenuhnya diserahkan kepada pihak konsumen itu sendiri, dalam artian konsumen ingin menyelesaikan lewat jalur BPSK atau diselesaikan negosiasi dengan beberapa perjanjian dari kedua belah pihak dengan syarat konsumen dapat membuktikan kebenaran produk tersebut melalui struk pembelian”.³⁵

Pada dasarnya PT Midi Utama Indonesia telah melaksanakan apa yang diamanahkan oleh pasal 19 UUPK terkait mengenai ganti kerugian, namun demikian hal yang seringkali terabaikan adalah bentuk pemberian ganti rugi yang tidak sesuai dengan kerugian yang dialami konsumen, apalagi saat konsumen menderita kerugian fisik atau kesehatan namun pelaku usaha hanya melakukan penukaran barang tanpa menjamin biaya perawatan akibat mengonsumsi produk minuman kemasan yang tidak layak edar, selain itu proses pembuktian terkadang menjadi titik kelemahan konsumen, yang seringkali memerlukan proses yang panjang dan rumit. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggungjawab pelaku usaha dalam menjamin hak konsumen pada dasarnya sudah berjalan, namun belum sepenuhnya berjalan dengan baik, karena dalam praktiknya konsumen terkadang mendapat ganti kerugian yang tidak sepadan dengan kerugian yang diderita, dan juga terdapat titik kelemahan

³⁵ Asfin, 25 Tahun, AKT Alfa Midi Racing Center Makassar, wawancara pada tanggal 25 Juli 2016, Makassar.

bagi konsumen dalam proses pembuktian yang seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk terhindar dari tuntutan konsumen.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan judul dan permasalahan yang menjadi kajian Skripsi ini serta kaitannya dengan uraian-uraian yang telah dikemukakan, maka dirumuskan tiga kesimpulan pokok, yaitu:

1. Peran Pemerintah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar pada bagian perlindungan konsumen, yaitu bahwa Pemerintah telah melakukan upaya Pengawasan dan Pembinaan dalam hal penjaminan mutu produk minuman kemasan yang beredar di Kota Makassar, namun kedua aspek ini belum berjalan maksimal. Dari segi Pengawasan Pemerintah masih belum mampu melakukan pengawasan secara merata terhadap peredaran minuman kemasan yang beredar di Kota Makassar, juga dalam hal Pembinaan Pemerintah kurang aktif melakukan sosialisasi dan penyuluhan, hal ini terlihat dari upaya pembinaan yang terakhir kali dilaksanakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan pada tahun 2014.
2. Tanggungjawab Pelaku Usaha dalam hal ini PT Midi Utama Indonesia Cabang Makassar (Minimarket Alfamidi Racing Center) terhadap hak konsumen atas informasi mengenai jaminan mutu produk minuman kemasan yang diperdagangkan yaitu dengan menyediakan informasi yang jelas benar dan jujur serta perlakuan etika baik kepada konsumen dalam melakukan pemasaran demi memberikan kepuasan kepada konsumen. Namun disisi lain dalam proses tersebut berdasarkan pengamatan terlihat bahwa konsumen masih seringkali

terkecoh dengan harga murah suatu produk yang disajikan dalam bentuk obral tanpa mengutamakan mutu produk obral tersebut, hal ini menunjukkan bahwa bentuk tanggungjawab pelaku usaha dalam masih kurang efektif.

3. Pelaksanaan Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Hak Atas Informasi Mengenai Jaminan Mutu Produk Minuman Kemasan Yang Diperdagangkan Di Kota Makassar bahwa pelaku usaha telah memberikan ganti kerugian kepada konsumen yang mengalami kerugian, namun tidak sebanding dengan kerugian yang dialami oleh konsumen, dan juga dalam proses pembuktiannya terkadang menyulitkan konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penyusun menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu lebih mengefektifkan peran Pengawasan dan Pembinaan agar peredaran minuman kemasan di Kota Makassar dapat dikontrol dan konsumen dapat terhindar dari kerugian.
2. Tanggungjawab pelaku usaha dalam menjamin hak konsumen untuk mendapat informasi yang benar jelas dan jujur perlu ditingkatkan agar konsumen benar benar memperoleh informasi secara jelas terhadap produk yang akan dikonsumsi masih layak.
3. Pelaksanaan tanggungjawab pelaku usaha perlu ditingkatkan lagi agar dalam proses ganti kerugian terhadap konsumen sepadan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen dan sesuai dengan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Daftar Pustaka

- Alfons, Maria. *Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis atas Produk Produk Masyarakat Lokal dalam Perspektif Hak dan Kekayaan Intelektual, Ringkasan Disertasi Doktor*. Malang : Universitas Brawijaya, 2010
- Hartono, Sunaryati. *Politik Hukum Suatu Sistem Hukum Nasional*. Bandung : Alumni, 1991.
- Harahap, Yahya. *Beberapa Tinjauan Mengenai Sistem Peradilan dan Penyelesaian Sengketa*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya : Bina Ilmu, 1987.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Sinar Grafika, 2008.
- Mas, Marwan. *Pengantar Ilmu Hukum*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2004.
- Marwan dan Jimny. *Kamus Hukum Dictionary Of Law Complete Edition*. Surabaya: Reality Publisher, 2009.
- Miru, Ahamd dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- .*Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*.
-----Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Nazution, AZ. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media, 2001.
- Rasjidi, Lili dan I.B Wyasa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993
- Rasjidi, Lili dan B Arief Sidharta. *Filsafat Hukum Madzhab dan Refleksi*. Bandung : Remaja Rosda Karya, 1994
- Raharjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000.
- Suryana, Ading. *Upaya Pemerintah dalam Meningkatkan Perhatian Terhadap Kepentingan Konsumen Produk Pangan*. Yogyakarta : UGM, 1989.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung : Citra Aditya Bakti, 2014.
- Shofie, Yusuf. *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2008.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo: 2000
- Supanto. *Perlindungan Hukum Wanita*. Semarang : UNS, 2013

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Syawali, Husni dan Neni Sri Imaniyati. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju, 2000.

Tanya, Bernard L. *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*. Surabaya : CV Kita, 2007.

Tebbens, Harry Duintjer. *Internasional Product Liability, Sijthoff & Noordhoff Internasional Publisher*. Netherlands, 1980.

Toar, Agnes M. *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*. Bandung : Gautama, 1988.

Wijaya, Gunawan dan Ahmad Yani. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

UNDANG-UNDANG

Republik Indonesia, 1945. *Undang-undang Dasar Negara Indonesia*, Jakarta: Sekretariat Negara

Republik Indonesia, 1998. *Undang-undang RI Nomor 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sekretariat Negara.

Republik Indonesia, 2004. *Peraturan Menteri Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan*, Jakarta: Menteri Kesehatan.

Republik Indonesia, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia tentang Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Elektronika, Kepmen No.608/MPP/Kep/10/1999. Jakarta: Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

Republik Indonesia, *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan barang dan atau Jasa yang Beredar di Pasar*, Kepmen No. 634/MPP/Kep/9/2002. Jakarta: Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

SITUS INTERNET

<http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> diakses pada tanggal 30 Mei 2016

<http://kuliah.dinus.ac.id/edi-nur/sb1-7.html> diakses pada pukul 09.00 WITA 30 Mei 2016

http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_23_92.htm diakses pada pukul 13.21 WITA 30 Mei 2016

<http://www.informasi-pendidikan.com/2013/08/penelitian-hukum-normatif.html>
diakses pada pukul 02.40 WITA Tanggal 10 Juni 2016

Situs resmi PT Midi Utama Indonesia, <http://alfamidiku.com/template/company-profile.php> (diakses pada tanggal 17 agustus 2016)

